Tesis de Licenciatura

Formación Crítica y Cristiana a Través de la Lectura de la Imagen Televisiva

Tribunal Examinador

Presidente:

Dr. Jorge Escobar Garzón

Profesores:

Dr. Julio Perelló C.

Dr. Italo Gastaldi

Dr. Emilio Gambirasio

Lic. Victorino Zecchetto

Autores:

Xavier y Cecilia Salvador

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias de la Educación

ESCUELA DE FILOSOFÍA Y PEDAGOGÍA

Especialización de Catequesis

9 de octubre de 1981

Agradecimientos 3
Prólogo 5
Hipótesis 9
Introducción 10
1. Las comunicaciones 13
2. Consecuencias 20
2.1. La Desinformación 20
2.2. La Masificación 20
2.3. La Colonización de Cerebros 20
3. Soluciones 24
3.1. Los Educadores 24
3.1.1. Soluciones centradas en el perceptor 24
3.1.2. Soluciones centradas en el mensaje 28
3.2. La Iglesia Católica 37
4. Propuesta Metodológica 40
4.1. Experiencia 1 (Mujeres) 50
4.2. Experiencia 2 (Hombres) 58
5. Reflexiones 63
6. Conclusión 66
7. Apéndice: Redes sociales, IA y … 67
7.1.Posibles daños a los valores y principios: 67
7.2.El Cambio en la influencia 68
7.3.¿Se puede contrarrestar esto? 68
8. Índice de notas 69
9. Bibliografía 73

Agradecimientos

Esta tesis de licenciatura no hubiera sido posible sin la ayuda y ejemplo de las siguientes personas:

- Mi madre Amira Adelaida Plaza Morán+, por su trabajo y esfuerzo para alimentarnos y por lograr que estudie en el mejor colegio de esa época en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.
- Mis abuelos Josefina Morán Vulgarin+ y Alberto Plaza Aguirre+, tía Sor María del Carmen Plaza Morán y tío Ignacio Plaza Morán+, por sus cuidados y de vida dedicada al estudio y a los demás.
- Mi tía Elva Salvador Albornoz+ por su acogida y cuidados, especialmente por llevarme a las citas médicas para curar las alergias que me producían asma.
- P. David Samaniego, Rector del Colegio Salesiano Cristóbal Colón (Guayaquil 1971-73, Ecuador), por auspiciar y promover la dedicación al estudio y al deporte.
- Dr. Gustavo Noboa Bejarano+, por las “Convivencias" o encuentros de formación cristiana para sembrar valores humanos como la responsabilidad, el respeto, la honestidad y valores cristianos como la misericordia, el perdón y la colaboración.
- P. Angel Botta Noris+, Rector del Colegio Salesiano Cristóbal Colón (Guayaquil 1974-76, Ecuador), por enseñar con el ejemplo al recoger la basura que tirábamos en el patio; por enseñarnos a ser puntuales y por estimularnos a esforzarnos en los estudios y en el deporte.
- P. Guillermo Mensi+, Director del Colegio Salesiano Santo Tomás Apóstol (Riobamba 1976-1989, Ecuador), por su ejemplo de fe en la “Providencia” cuando faltaba comida para los niños y jóvenes que llegaban a la “Colonia Vacacional” para que hagan deporte y no caigan en las drogas u otros vicios; por celebrar Misas con música alegre y sermones cortos y prácticos y por estar presente en el patio con los niños y jóvenes aún cuando a veces estaba enfermo con gripe.
- P. Ildefonso Gil+, Director del Noviciado en Llano Grande (zona entre Medellín y Río Negro, Colombia), por su ejemplo de fe, vida austera y dedicación a su misión de formar salesianos.
- P. Victorino Zecchetto, Director de esta tesis, por su dedicación a los jóvenes y a la educación en el uso de medios audiovisuales como los programas de radio producidos por SERPAL (Servicio Radiofónico para America Latina), la producción de fotografías y producción de diapositivas para transmitir el mensaje de los Evangelios.
- P. Antonio Amador Izquierdo+, por su un ejemplo de fe, dedicación a los estudios y servicio de los demás.

- Mi esposa Cecilia Izurieta Canova, por su cariño, comprensión y apoyo en la elaboración del material para las prácticas.
- Nelsa Curbelo, Rodolfo Barniol Zerega, Francisco Arosemena Robles y Francisco Rendón Pantaleón, por su revisión, comentarios y acertadas recomendaciones para esta edición.

Prólogo

“El autor de esta tesis de licenciatura, quien me honra con su amistad desde hace cincuenta y cinco años, con quien realizamos jornadas de evangelización en los grupos del Dr. Gustavo Noboa Bejarano y además colaboramos juntos en actividades de gobierno y empresa privada; me solicitó revisar la versión actualizada de su tesis de octubre de 1981 titulada “Formación Crítica y Cristiana a través de la Lectura de la Imagen Televisiva”.

Más allá de la rigurosidad de análisis bibliográfico, pruebas con grupos, sus tablas de resultados y sus conclusiones claras, me pareció disruptiva para su tiempo en el campo evangélico y sobre todo en el educativo. La hipótesis planteada “Sin la lectura crítica de la imagen del cine y la televisión, predicar el Evangelio es como sembrar entre espinos, que luego crecen y ahogan la semilla” ya de por sí es provocativa al intelecto.

Se plantea la necesidad de conocer el impacto consciente y subconsciente de la imagen, en ese entonces (Cine y TV) para poder transmitir el Evangelio eficazmente, usando y contrarrestando lo que esas herramientas impactan. Pasado 44 años de su presentación convendría realizar una mirada hacia atrás. ¿Cuánta difusión se realizó de la tesis y cuánto de eso se aplicó en el tema educativo y evangélico desde su publicación?

Con una presencia exponencialmente superior de imágenes y videos en las redes sociales, obliga a replantearnos, al menos en el caso de la hipótesis, si estamos considerando las reflexiones y conclusiones de la tesis presentada, que tienen plena vigencia y sentido de urgencia en los tiempos actuales.

Sin duda el autor se anticipó a los tiempos y como la mayoría de las veces, pasó desapercibido. No sigamos perdiendo tiempo en la transmisión del Evangelio sin considerar el impacto de las imágenes y la formación del sentido crítico.”

Rodolfo Barniol Zerega, Ingeniero Bioquímico
Octubre 14, 2025

“*En este año en que la televisión cumple su primer centenario —pues las primeras transmisiones experimentales datan de la década de 1920— es especialmente pertinente revisar los juicios que se formularon sobre este medio en sus primeras décadas de masificación.*

En el Ecuador, como en Latinoamérica, la mayoría de las estaciones de televisión se fundaron con fines comerciales e iniciaron operaciones en las décadas de los 60 y 70, ya en la era eclesial posconciliar.

“Formación Crítica y Cristiana a través de la Lectura de la Imagen Televisiva”, tesis elaborada

en 1981 en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, es uno de esos esfuerzos pioneros que buscó entender la influencia de la imagen audiovisual en la conciencia moral y religiosa de los jóvenes.

El autor parte de una hipótesis tajante: sin lectura crítica del cine y la televisión, la predicación cristiana se ve ahogada por los mensajes ocultos de programas de TV. Desde ahí desarrolla un enfoque pastoral, pedagógico y crítico que quiere educar a los jóvenes —especialmente en contextos populares— para resistir los efectos nocivos de esos mensajes.

La tesis propone una pedagogía innovadora para su época (y todavía poco desarrollada): enseñar a "leer" la imagen audiovisual como se enseña a leer un texto. A través del análisis del "qué", "cómo" y "por qué" de las imágenes, se busca entender cómo las imágenes de programas de televisión influyen -de forma inconsciente o inadvertida- en la construcción de mentalidades. Además, incluye una metodología práctica aplicada en colegios religiosos, donde los estudiantes analizaron programas, relacionaron mensajes con el Evangelio y reflexionaron sobre sus realidades.

Uno de los principales méritos del libro es su reconocimiento temprano del poder formativo —y también deformativo— de la imagen. Su preocupación por los contenidos subliminales, los efectos emocionales y los mecanismos de identificación que se activan frente a las pantallas anticipa muchas de las preocupaciones que abordarían posteriores estudios de la comunicación.

El texto está en sintonía y hace referencia a varios documentos del magisterio de la Iglesia Católica y de la Conferencia Episcopal Latinoamericana, que ya advertían sobre el uso ético y responsable de los medios de comunicación social, y llamaba tanto a los productores como a los usuarios a una formación integral que permita discernir los contenidos con madurez y espíritu crítico.

La intuición de que los programas de televisión no son neutros, y que es necesario aprender a leer su lenguaje, sigue siendo una responsabilidad grave de padres y educadores. Desde esta perspectiva, el texto analizado si bien acierta al alertar sobre los riesgos de una recepción pasiva y acrítica de los contenidos, presenta al joven como un receptor vulnerable que debe ser "protegido" por el catequista.

Esta posición, aunque comprensible en su contexto, no reconoce el protagonismo activo que los jóvenes ya comenzaban a ejercer —y hoy en la era digital ejercen plenamente— como productores, editores y críticos de contenido.

La idea incipiente de que la televisión "colonizarían cerebros" o "despersonalizaría conciencias" no podía entonces prever las resistencias que los públicos desarrollarían frente a los mensajes mediáticos.

Hoy no cabe describir la televisión casi exclusivamente como un instrumento de deformación de la conciencia, masificación ideológica y manipulación emocional, sin reconocer el desarrollo técnico, ético y artístico en las producciones televisivas a nivel mundial.

Ya en los 60, producciones cinematográficas populares como El padrecito de Cantinflas, supieron desde la comedia conectar con valores evangélicos como la humildad, la compasión y la lucha contra el clericalismo. En la actualidad, series como The Chosen, que relatan la vida de Jesús con fidelidad evangélica y atractivo narrativo, dan cuenta del potencial formativo, espiritual y cultural del medio.

Así también, renombradas propuestas británicas como Adolescencia, y novelas históricas hispanoamericanas ofrecen un contrapunto estético e ideológico a los viejos modelos de telenovela repetitiva mexicana o venezolana de décadas pasadas o a las recientes narconovelas colombianas construidas al límite de apologia del delito.

A través de los años, localmente, no es difícil rescatar valiosas historias costumbristas como Café con aroma de mujer, parodias locales de superación ante la discriminación como El Cholito, programas concurso de exaltación de la diversidad gastronómica y orgullo de nuestras recetas en Mastercheff, y clásicos de investigación como 360 y La Televisión, menos controvertidos que programas de otros géneros de antaño, anclados en presentadores carismáticos que hoy no tienen cabida, por una hipersensibilidad intolerante a la burla inocente e hipercrítica que romantizaba la pobreza y la violencia en programas espejo de nuestras comunidades disfuncionales, como el Chavo del ocho, éxito planetario traducido a 50 idiomas.

Por otro lado, si el texto compartía la acusación a la televisión del pasado de generar incomunicación y pasividad, tendría que reconocer que hoy, en sus múltiples formas y pantallas, es también un canal privilegiado de conectividad y conciencia planetaria.

La cobertura en tiempo real de eventos como las recientes Olimpiadas de París, el Campeonato Mundial de Fútbol de Clubes, elecciones presidenciales o incluso la elección de un Papa, no solo informa, sino que forma conciencia colectiva, convoca emociones compartidas y genera diálogo entre culturas.

La oferta televisiva ha evolucionado de una programación limitada a una multiplicidad de opciones temáticas, ya no es una ventana impuesta, sino un menú navegable, donde cada espectador es también editor y crítico.

En definitiva, "Formación Crítica y Cristiana a través de la Lectura de la Imagen Televisiva" fue una obra significativa en su tiempo, y conserva vigencia en su llamado a la alfabetización mediática. Partiendo de sus aportes podemos, hoy más que nunca, aprovechar la fuerza expresiva de la televisión para comunicar valores, promover diálogo, y formar a nuevas generaciones de ciudadanos y creyentes capaces de discernir, crear y transformar desde

adentro un medio que —cuando se ejerce con profesionalismo y vocación de servicio— puede ser también una poderosa herramienta de comunión, cultura y fe.

Finalmente, confieso que no pude negarme al pedido del amigo que deseaba reeditar y contribuir con su trabajo académico, lo que he cumplido de manera renuente, advirtiéndole, y él aceptando, que mis apreciaciones se fundamentarían en una visión producto de mi recorrido profesional en el mundo de los negocios en la industria televisiva justamente desde cuando él escribía su tesis.

En el caso del Ecuador, considero que la televisión nació como un medio principalmente informativo y de entretenimiento, guiado más por un afán de servicio público que por un interés meramente lucrativo y logró acercar a la comunidad también a contenidos culturales, deportivos, musicales y hasta religiosos. Creo que se le debe reconocimiento por haber impulsado no solo la identidad cultural, sino también la generación de empleo, el fortalecimiento de la industria publicitaria y el desarrollo profesional de miles de técnicos, comunicadores, guionistas y artistas."

Francisco Arosemena Robles, Bachelor of Science in Business Administration

Julio 9, 2025

"*Permíteme felicitarte, [por esta tesis] es muy completa, sí que le has metido coco en investigar y darle sustento teórico a un tema muy apasionante que luego lo validas con las dinámicas grupales, donde cuentas el proceso, retroalimentación y resultados siendo los mismos jóvenes, quienes expresan con natural sorpresa, la diferencia de ver y mirar a discernir con conciencia.*

Lo motivante radica en lograr esa importante forma de vida, que es el pensamiento crítico, tan necesario hoy en la velocidad con que la información viaja y la crisis intelectual que la sociedad experimenta.

Está muy ampliamente demostrada la hipótesis. Se puede apreciar la profundidad de lo que has investigado, y con ello demuestras que, la comunicación de masas cae en el enajenamiento, como hizo cierto gobierno que se posicionó en la mente de las masas con su constante y reiterada publicidad adornada de slogans, que a la larga fueron clichés políticos y no una oportunidad de cambio en nuestros pueblos. Buen trabajo."

Francisco Rendón Pantaleón, Economista

Julio 9, 2025

Hipótesis

Sin la lectura crítica de la imagen del cine y la televisión, predicar el Evangelio es como sembrar entre espinos, que luego crecen y ahogan la semilla.

Nota: Esta tesis fue presentada el 9 octubre de 1981, cuando la red Internet ya existía, pero estaba restringida a instituciones militares y universidades que tenían contratos con el gobierno de Estados Unidos de Norte America, por lo cual no incluye el análisis de la influencia de los motores de búsqueda, de las redes sociales y la inteligencia artificial.

Sin embargo, al final se encuentra un apéndice acerca de la impacto de esos medios en los valores y principios en los niños, jóvenes y adultos a marzo del 2025.

Para ayudar a educar el sentido crítico, en el 2023 publiqué la app “Dios según Jesús” (God by Jesus): https://godbyjesus.com/español

Introducción

La idea de una tesis sobre la formación crítica y cristiana a través de la lectura de la imagen televisiva, nació al escuchar dos programas de la serie “Los Hijos de Laura Torres”, una producción SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina), https://radialistas.net/serie-los-hijos-de-laura-torres/

Los programas 5 y 6 tratan el tema de los niños y la televisión.

El primero hace notar que estudios realizados sobre la efectividad de los medios audiovisuales, cine y televisión, han constatado que los mensajes desarrollados en imágenes y sonido alcanzan el más alto grado de persistencia en la memoria. Además, provocan un alto grado de participación e identificación emocional del espectador y una aceptación sin discusión de las situaciones que muestran.

Está ampliamente demostrado que el contenido de los mensajes de la TV se encuentra recargado de violencia, agresión, etc. Estos mensajes son susceptibles de ser imitados, sirviendo de escape y liberación de impulsos agresivos.

Los investigadores de la radio-televisión francesa llegaron a la conclusión de que, más que el efecto criminógeno de una escena, debe preocupar el deterioro psicológico y moral provocado en el niño. Por acostumbrarse a ver casi siempre lo mismo, se corre el riesgo de llegar gradualmente a una actitud en que el privar a otro de la vida aparece como una actitud natural y lícita.

En el programa 6 se analiza como la TV va conformando la mente del niño, como lleva a la introyección de valores, pautas de conducta y juicios, que el niño interioriza a nivel subconsciente. Cita una investigación realizada con niños de 11 a 13 años de edad, en la que se les pidió que dibujaran en una hoja con pantallas en blanco, una historia como las que ven en la TV. A continuación, algunos resultados.

- Temas de violencia: 37%.
- Temas delictivos: 18%.
- Tema cooperación: menos del 2%.

Esto me hizo pensar lo siguiente: a los niños con una mentalidad así, ¿de qué sirve predicar en dos horas de Catecismo a la semana, que es necesario ayudar a los demás en la casa, en el colegio, en el barrio?

En los móviles de la historia que habían dibujado, el ¿por qué paso?, la motivación más invocada fue posesión de bienes materiales (dinero, riquezas) 32%. Así, ¿de qué sirve predicar que no debemos poner nuestro corazón en el dinero?

- El 16% de los “malos” eran campesinos y obreros
- El 13% eran delincuentes profesionales
- El 57% de los buenos eran ricos
- El 100% de los malos eran pobres

Y después ¿qué sentido tiene para ellos escuchar que Jesús está en el pobre, en el desnudo, en el hambriento, en el enfermo, en el que está en la cárcel?

En conclusión, pensé que la Catequesis que yo daba los sábados podía servir de poco o nada a que los niños vayan madurando con una mentalidad y actitudes cristianas.

Como dijo Marshal McLuhan: “*El hombre cambia, su manera de entenderse y de comunicarse cambia, el sentido de la jerarquía cambia, lo mismo que la imagen política, la polarización de lo imaginario se acentúa en nuevas direcciones, ¿cómo entonces, el acercamiento de la fe podría ser el mismo?*” (Babin y McLuhan, p. 19) (1).

Aun teniendo en cuenta que el primero e insustituible medio para comunicar el mensaje cristiano es el Catequista, su palabra y su vida, y el segundo la comunidad cristiana (cfr., Coudreau, p. 89) (2), se vuelve necesario tener en cuenta ese otro factor que constituye hoy el influjo del cine y la TV en la mentalidad, y por lo tanto en las actitudes de los niños. Véase Schram, (3), Sicker (4) y Baldelli (5).

Por ello, surgió en mi la hipótesis de que sin la lectura crítica de la imagen del cine y la televisión, predicar el Evangelio los fines de semana, era como sembrar entre espinos, que luego crecen y ahogan la semilla.

¿Qué hacer entonces?

A primera vista se me ocurrió ayudarlos a que se den cuenta de los mensajes ocultos de las series de TV, e.d., ayudarlos a que vayan adquiriendo una mentalidad crítica. Este es uno de los valores claves del cristianismo, "*Una educación sobre el sentido crítico constructivo de la persona y de la comunidad en una visión cristiana.*” (Puebla 982). “*Evangelizar es hacer pensar e iluminar la vida con el Evangelio*” (Martínez, p. 61) (6).

¿Cómo?

A través de la lectura de la imagen del cine y la televisión, porque la persona de hoy, bombardeada desde su más tierna edad por la imagen y el sonido, necesita de alguien que le enseñe a “*leer la imagen por lo que es y no por lo que aparece*” (Giudici, p. 11C) (7).

Aquí surgió un problema: ¿es posible exigirle a un niño de 11 a 13 años de edad, una mentalidad crítica? Pensé que tal vez sí, pero siempre y cuando se iniciara un largo proceso de educación en el lenguaje de la imagen. Sin embargo, para presentar la tesis, tenía a mi disposición apenas unos pocos meses.

Ante esta situación, decidí hacer la experiencia con jóvenes de los últimos años cursos del ciclo diversificado (5to. y 6to.). A ellos sí les podría exigir criticidad para una lectura del mensaje del cine y los programas de TV.

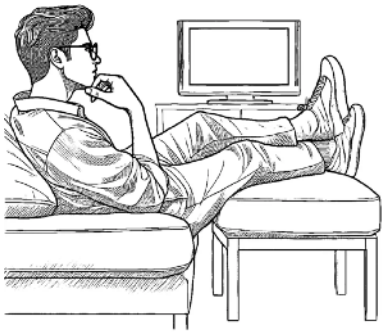
¿Con cuáles jóvenes?

Inmediatamente pensé en los de clase popular o media baja.

¿Colegios laicos o religiosos?

Pensé en los religiosos por cuanto no solo me interesaba ayudarlos a formarse una conciencia crítica, sino que también quería que llegaran a relacionar los mensajes recibidos con el Evangelio de Jesús y solo quienes recibieran educación religiosa estarían en condiciones de establecer esta relación.

Estos pues, son los límites de la presente tesis: está restringida a los muchachos de 5tos. y 6tos. cursos de colegios religiosos populares. Y lo que pretende es servir de ayuda para que aquellos jóvenes vayan formándose una conciencia crítica frente a los mensajes del cine y de la TV y al mismo tiempo puedan confrontar estos mensajes con el Evangelio de Jesús.

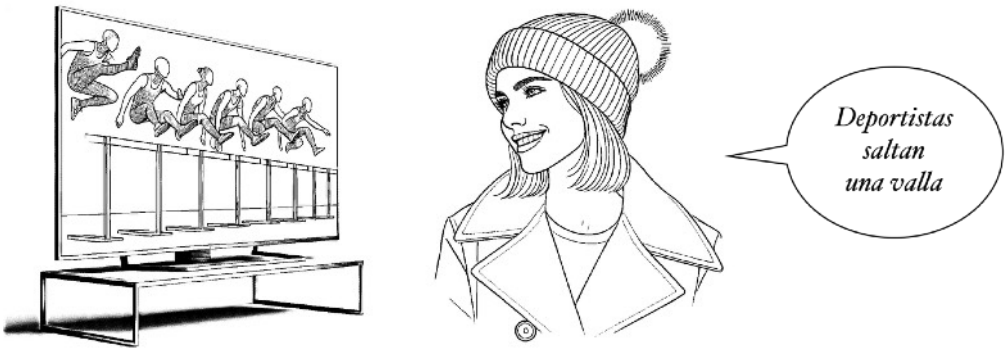


A continuación presentaré el estudio realizado de las comunicaciones mediante la imagen, las consecuencias, las soluciones desde el punto de vista de los educadores y de la Iglesia Católica y finalmente, la propuesta metodológica.

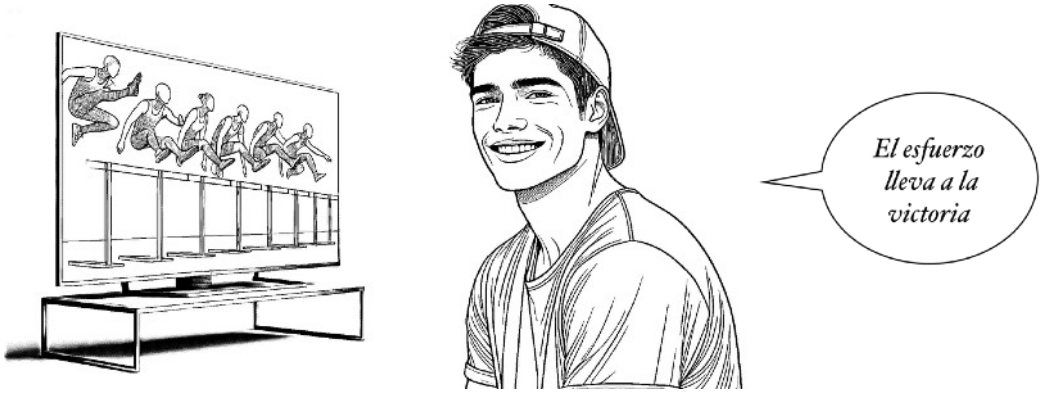
1. Las comunicaciones

Existen tres niveles de comunicación mediante la imagen (cfr., Busquets, p. 159-162) (8)

a) **Información material** constituida por aquello que la imagen representa, el "QUÉ" de la imagen.



b) **Comunicación temática** constituida por el "CÓMO" es representado el "QUÉ" (encuadre, planos angulación, iluminación, color, etc.). En otras palabras, es la realidad "tratada" por el



autor de la imagen, es decir, lo que él interpreta.

c) **Comunicación inadvertida** constituida por el trasfondo mental del autor que a su vez constituye la respuesta básica a los "POR QUÉS" de las operaciones (los "CÓMOS") al realizar la imagen. Este fondo mental puede estar oculto incluso al mismo autor.

Las comunicaciones inadvertidas a su vez, pueden ser de tres tipos (cfr., Taddei, p. 33-36) (9):

- **Comunicación de halo.** Puede hacer que el espectador atribuya a las cosas lo que en realidad es del signo, es decir, reproduce las cosas de un modo distinto de como son en la realidad. Por ejemplo, si fijamos nuestros ojos un instante en una bombilla veremos a su entorno un halo o aureola luminosa ausente en la estancia.

  Algo semejante sucede con quien confecciona un signo-imagen, pone en él una especie de halo sirviéndose de la luz, el color, la figuración, la música. Así, una persona presentada con un fondo musical apropiado parecerá más simpática.

- **Comunicación de inexistencia.** Puede hacer creer que existe algo que en realidad no existe. Por ejemplo, se piensa que es posible hacer ciertas cosas que no son factibles en la realidad.

- **Comunicación clandestina.** Puede hacer que cosas no dichas por la imagen, sean recibidas por el espectador.

Ahora bien, los programas televisivos están llenos de mitos y de héroes, que orientan nuestras opciones, modelan nuestra conciencia y nos ofrecen modelos de comportamiento (cfr. Cox, p. 48) (10).

¿Por qué?

Porque la imagen posee un nivel de comunicación que llega a nosotros inadvertidamente.

Además, en la persona existen tres niveles diversos de conciencia: consciente, subconsciente e inconsciente. Las decisiones y opciones de una persona vienen tomadas por el:

- 10% del nivel consciente y,
- 90% del nivel subconsciente e inconsciente (Cfr., Bosco, p. 26) (11).

Así, el 90% de nuestras decisiones son fuertemente, si no exclusivamente, influidas por motivos que se encuentran en la zona del subconsciente (simpatías y antipatías) y del inconsciente (instintos de auto-afirmación, sexual, etc.).

Y el lenguaje de la imagen habla directa e inmediatamente a estos dos niveles de la conciencia más que al primero, un acontecimiento relatado con palabras produce un efecto bien diverso (cfr., Cavallon p.13) (12).

La imagen, por lo tanto, comunica ideas, sentimientos, actitudes sobre todo a nivel del subconsciente y del inconsciente y es lo que ahora vamos a comprobar.

En el cine y la TV lo que una persona dice no representa más que el 7% de lo que realmente comunica. El 38% del mensaje se trasmite por la manera de expresarse (voz, vocabulario, ritmo del discurso) y el 55% por la expresión del rostro y los movimientos del cuerpo (Bulletin de la Focs) (13).

Esto es posible porque parece que prestamos atención a las imágenes solas, al movimiento, las formas los cambios de planos, la yuxtaposición entre una imagen y la siguiente, sin ninguna orientación específica en cuanto a la información que se proporciona.

Aun en el caso de que el contenido verbal y no-verbal (imágenes) de un material de TV entren en conflicto, puede predecirse con certeza. (cfr., Lyons, J.) (14) que es probable que los efectos duraderos sobre el espectador sean exclusivamente los elementos no verbales, es decir, las imágenes.

Vale señalar aquí algunos experimentos sobre los efectos individuales de la variación de la imagen realizada por Baggaly y Duck en 1975 (15).

a) **Experimento sobre el uso de notas.** Fue diseñado para establecer si las señales visuales aparentemente irrelevantes para una actuación, pueden involuntariamente afectar los juicios sobre ella. Televisando una conferencia de tres minutos, se hicieron simultáneamente dos registros de la

misma utilizando dos cámaras, una junto al otra. Las grabaciones fueron idénticas, salvo una ligera variación en el ángulo de tomas de una de ellas.

Mientras una enfocaba de frente al conferenciante, otra lo situaba hacia la izquierda del cuadro dejando ver una hoja de apuntes que había sobre la rodilla. Estos planos cinematográficos permanecieron fijos los tres minutos.

Los registros fueron presentados a dos grupos de jóvenes separados, y las valoraciones, y las obtenciones obtenidas del conferenciante fueron la siguientes:

	1	2	3	4	5	6	7		t	p<
Causto		o	-	-	-	-	+	Imprudente	1,598	
Justo				o	-	-	-	+ Injusto	2,647	0,01
Desagradable							o	- - + Agradable	0,663	
Experto				o	-	-	-	+ Inexperto	1,073	
Desconfiable						+	o	Confiable	0,491	
Preciso					o	-	-	- + Impreciso	0,910	
Evasivo					+	-	o	Directo	0,620	
Frío				+	-	o		Cálido	0,773	
Sincero				o	-	-	-	+ Insincero	1,056	
Superficial						+	o	Profundo	0,000	
Racional				o	+			Intuitivo	0,542	
Débil				+	-	-	o	Fuerte	0,772	
Amable				+	-	o		Cruel	1,069	
Confuso	+	-	-	-	-	-	-	o Claro	2,580	0,01

N.B. A $df = 20$, $t_{0.05} = 1{,}725$.

Tabla 4.1 Experimento 1: Calificaciones promedio sobre un conferenciante visto con notas de apuntes (+) y sin notas (o). El polo positivo de la escala está en el uno y el negativo en el 7. Así por ejemplo, el límite máximo de confuso es el 1. Baggaly y Duck.

Los espectadores que vieron al conferenciante con sus apuntes lo encontraron menos correcto y más confuso que aquellos que no vieron los apuntes. Este detalle había sido el elemento fundamental de sus valoraciones, aunque a un nivel inconsciente.

b) **Experimento agregando un fondo visual.** Un escritor profesional de TV preparó un informe sobre noticias de 72 segundos, relativo a una excavación geológica. Se filmaron dos versiones, en una se veía al locutor sobre una pantalla lisa del estudio y en otra se combinaba su imagen con un fondo de paisaje relativo al tema. Las cintas se pasaron a dos grupos y sus valoraciones sobre la actuación del locutor fueron:

	1	2	3	4	5	6	7		t	p<
Desagradable						o	+	Agradable	0,390	
Informado			o	-	-	-	+	No informado	0,671	
Fuerte					+	o		Débil	0,397	
Honesto			+	-	-	-	o	Deshonesto	2,134	0,025
Escéptico						o	-	- + Creyente	1,082	
Superficial			o	-	-	-	-	+ Profundo	2,228	0,025
Confuso						+	-	- - o Claro	1,497	
Confiable			+	-	-	-	o	Desconfiable	1,845	0,05
Directo		+	-	-	-	o		Evasivo	1,190	
Interesante					o	-	+	Aburrido	0,281	
Justo			+	-	-	o		Injusto	1,930	0,05
Experto					o	-	-	+ Inexperto	1,004	
No sincero						+	-	- o Sincero	0,557	

N.B. A $df = 23$, $t_{0.05} = 1{,}714$.

Tabla 4.2. Experimento 2: Calificaciones promedio sobre un presentador de TV. colocado contra un fondo de imágenes (+) y contra un fondo liso (o). El polo positivo de la escala está en el uno y el negativo en el 7. Baggaly y Duck.

Cuando el locutor fue presentado con una imagen de fondo relativo al tema, fue valorado como más honesto, más confiable y más justo. Con respecto a este efecto, Canter, West, Wools (16) realizaron un trabajo donde sugieren que el tipo de habitación en que se ve a una persona puede por sí misma actuar como un contexto, aportando al observador datos reales acerca del estatus y capacidad.

Así, un fondo de estantería de libros contra el cual puede ser presentado en la TV un académico o un político, puede en consecuencia, aportar inferencias muchos mayores de lo que imagina el productor mismo: se trata claramente de persona pensante y racional, cuyo mensaje es digno de ser escuchado.

c) **Experimento con vista frontal y de perfil**. Se televisó un discurso de un minuto sobre la ley y el orden sociales. Dos grabaciones simultáneas que abarcan la cabeza y los hombros del locutor. Una lo encaraba de frente y la otra de perfil. Los resultados de las valoraciones de los grupos fueron:

	1	2	3	4	5	6	7		t	p <
Cruel				+	- - -	o		Humano	1,05	
Justo			o	- - - -	+			Injusto	1,3	
Impreciso				+	- - -	o		Preciso	0,69	
Experto				o	- - - - - -	+		Inexperto	2,51	0,025
Parcial		+	o					Imparcial	0,08	
Débil					+	o		Fuerte	0,22	
Intolerante				+	- - -	o		Tolerante	1,13	
Cauto					+	o		Imprudente	0,09	
Frío				+	- - - -	o		Emotivo	1,29	
Intuitivo					+	o		Racional	0,21	
Cómodo				o	- - - -	+		Tenso	1,06	
Directo		o	- -	+				Evasivo	0,98	
Confiable				+	- - - -	o		Desconfiable	2,15	0,025
Sincero			o	- - - - - - - -	+			Insincero	1,37	

N.B. A $df = 15$, $t_{0.05} = 1{,}753$.

Tabla 4.3 Experimento 3. Calificaciones promedio sobre un presentador de TV visto cuando se dirige hacia la cámara (+) y de perfil (o). El polo positivo de la escala está en el uno y el negativo en el 7. Baggaly y Duck.

En todas las escalas, la circunstancia de medio perfil provocó calificaciones más favorables que la versión de frente.

De igual manera se hicieron experimentos sobre los efectos de tomar planos de la reacción del público de un discurso, sobre los efectos de los planos del entrevistador y sobre los efectos combinados la variación de la imagen. Estos seis experimentos ofrecen un apoyo convincente a la tesis de que "*las simples imágenes visuales de una producción puedan dominar en verdad a su contenido verbal, conduciendo de varias maneras las reacciones del público ante él.*" (Baggely y Duck, p. 132) (17).

Además de este tipo de comunicaciones inadvertidas, hay que considerar que el espectador mediante la imagen, no enlaza su conocimiento con la realidad objetiva, sino con la idea de la realidad que se ha hecho el autor de la imagen, serie o programa. Así, el espectador está registrando continuamente en su mente algunas situaciones que puede no comprender que

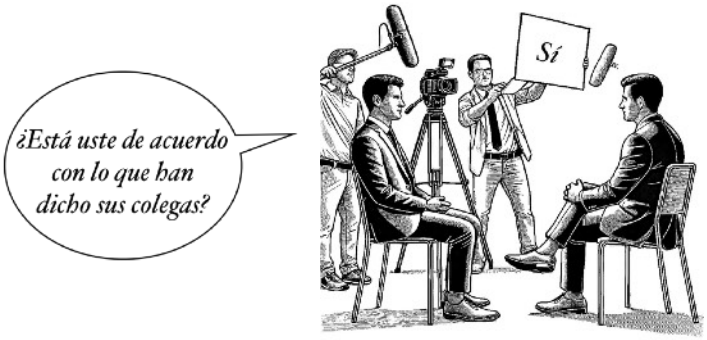
ha visto: las mujeres casi siempre en la cocina, los negros casi siempre como marginados… (cfr., Potter, J.) (18).

Por otro lado, la imagen no solo reproduce algo, sino que lo hace de una determinada manera.

Así por ejemplo una imagen del cuerpo de un andinista, tomado en plano cinematográfico medio con angulación en contra picado (de abajo hacia arriba), de modo que el personaje quede enaltecido (véase la foto siguiente), nos quiere decir que el autor considera una gesta heroica, un triunfo, el hecho del que nos hace la representación. Esta es la comunicación que el autor realiza según una pre-concepción mental.

De aquí que podamos afirmar que la representación que hace la imagen de cualquier realidad es casi siempre "deformante" (cfr., Busquets, p. 102) (19). La imagen es una forma de realidad manipulada, deformada: no representa neutral o escépticamente una realidad, sino una determinada realidad.

Por ello, no solo interesa "*lo que*" la imagen representa sino "*cómo*" lo representa. Vale señalar que las deformaciones pueden ser técnicas y expresivas, pero no me voy a detener en este punto (véase Busquets, p. 116) (20).



Las comunicaciones que pasan inadvertidas son muy frecuentes en las pantallas de cine o TV. Sucede que para representar el amor, por ejemplo, se presenta la pasión de unas relaciones sexuales, como si fuera verdad o correcto reducir a una representación tan simple una fuerza tan compleja.

Ante la imagen, el telespectador se encuentra ideológicamente desarmado, está muy lejos de pensar que los contenidos inadvertidos puedan infiltrarse en sus propios pensamientos.

Las poderosas fuerzas de sugestión de este medio de expresión como es el cine y la TV, son muy superiores a la de la biblioteca, el museo y el teatro, porque el director hace que el telespectador mire todo y solo aquello que el decide. Hace que lo vea a poca distancia, en

gran tamaño, desde los ángulos y con la luz que él quiere, en el montaje sugestivo que exprese lo que él desea (Emilio del Rio, p. 12) (21).

Esto se agrava, si añadimos que las intenciones del director nunca puedan ser claras como el cristal, ni siquiera para el mismo, de manera que al manejar un mensaje de emisión intervienen tantos agentes que los orígenes precisos y la intencionalidad del mensaje son oscuros en cualquier caso (cfr., Paggales y Ducle, p. 61) (22).

Además, el telespectador puede ser influido por factores internos motivacionales, a percibir erróneamente, de varias maneras, lo que le rodea. Este papel de los factores internos y emocionales en la percepción ha sido estudiado en detalle por Bunner y Postman (23).

Finalmente, constatamos que en la mayoría de los países de América Latina los medios masivos, entre los que se encuentra el cine y la TV, están viciados por intereses económicos y políticos, lo que nos condiciona para ser frívolos y consumistas (cfr., Martínez, p. 51) (24).

2. Consecuencias

Las consecuencias de las comunicaciones masivas, teniendo en cuenta los contenidos inadvertidos, son evidentemente innumerables (véase Ferrero y Giordano, p. 30 (25). Sin embargo, podemos concretar algunas.

2.1. La Desinformación

Es el fenómeno que se produce cuando se toma la información material de la imagen (la representación) como si fuera auténtica, mientras la cosa ha sido representada de forma “de-formada”.

No se toma en cuenta la “de-formación” y se atribuye a la cosa aquello que es del signo, e.d., se le atribuye la interpretación subjetiva del autor. Aun cuando la interpretación sea correcta, se trata siempre del pensamiento de uno acerca de una cosa, no de la cosa en sí misma.

2.2. La Masificación

Por la masificación pasamos a formar parte de una multitud mentalmente gregaria y por lo mismo despersonalizada. Todos adquirimos la misma forma de pensar y no precisamente como fruto de conocimiento y experiencias propias, sino como imposición inadvertida. Se trata de una verdadera esclavitud mental.

El fenómeno se produce porque las comunicaciones inadvertidas entran en el espectador como ideas en estado de opinión, ideas que van a constituir el fondo mental, sin que aquel que las recibe alcance a valorarlas.

En pocas palabras, la masificación que producen las comunicaciones de masas consisten en cambiar los criterios de opción por factores extrínsecos al valor intrínseco de las cosas sobre la que se opta. Por eso se aceptan como buenas todas las informaciones dadas por las comunicaciones de masas.

El conjunto de ideas que les han llegado son las que determinan el 80% de los comportamientos cotidianos (cfr., Cavallon, p. 15) (26). En las opciones de cada día no se apela a la opción fundamental, sino que actuamos más o menos como lo hacen todos.

2.3. La Colonización de Cerebros

Es el fenómeno de la masificación visto bajo el perfil de los artificios de la misma. Los colonizadores son aquellos que manejan las comunicaciones de masas, tanto los detentores como los autores de las comunicaciones. Ellos instrumentalizan las comunicaciones de masas para instrumentalizar al público, sea bajo el perfil económico (consumismo) o político.

Quienes recibimos las imágenes producidas por las comunicaciones de masas adquirimos poco a poco y a menudo inadvertidamente, ideas sin sopesar, ni filtrar.

Llegamos incluso a cambiar los criterios de nuestros juicios. Nos despersonalizamos, nos convertimos en un rebaño de ovejas que sin protestar favorecemos los intereses de clases, políticos o comerciales de los colonizadores de cerebros.

La fuerza sugestiva de la imagen que nos sumerge, si es que no llega a identificamos con la mentalidad del autor, es tan fuerte que podemos llegar a adquirir, por falta de filtración, esquemas de pensamiento semejante. Incluso puede llegar a ocasionar comportamientos extraños por ser inadvertidos (cfr., Busquets, p. 160) (27).

Un parroquiano decía que antes, cuando se iba a la iglesia el domingo, el sermón del Sacerdote llenaba toda la conciencia del día y de la semana. Hoy recibe en el mismo día, decenas de informaciones diferentes, a más del sermón del Sacerdote, sin tomar en cuenta las comunicaciones inadvertidas.

En los niños, las informaciones advertidas o no, tienen consecuencias muy graves: el niño que se despierta a la vida mirando la televisión, ¿qué puede sentir, sino que no hay regla inscrita en el mundo? Lo que excita es la vida: "*todo es posible, todo está permitido*" (Babin y McLuhan, p. 93) (28).

Otra consecuencia de las comunicaciones inadvertidas para la persona de hoy es que llega a confundir el conocimiento de los problemas del día con cierta acción sobre estos problemas. Su conciencia social permanece sin mancha y sin reproche.

Sabe lo que le toca, está informado, tiene toda clase de ideas en cuanto a lo que debería hacer. Pero después de terminar su comida, la TV o el cine le espera para llenar la noche hasta que ya es hora de dormir.

Aun cuando el material de la TV ya no nos importa, no dejamos necesariamente la habitación, ni miramos hacia otro lado, ni apagamos el aparato: la experiencia visual es suficientemente compulsiva como para mantenernos allí, a falta de mejores cosas que hacer.

Así, es posible sentarse con la intención de ver solo un programa determinado y encontrarse cuatro horas después viendo el fin de la transmisión. Uno ha quedado atrapado en el flujo de programas y de imágenes que no tenía intención previa de ver y que, después de haberlo hecho, no recuerda.

Vivimos en un mundo que nos aplasta diciéndonos: si quieres ser una persona de éxito, desarrolla tus potencias sin descanso, busca relaciones, vístete con ropa X, usa colonia Y, etc. Así, de la mañana a la noche no hay tiempo de ser uno mismo.

Esto es lo que más acecha a los jóvenes de hoy y lo que contribuye a que esta situación se mantenga, es el ambiente relajado y familiar del propio hogar, donde queda aumentada la rápida aceptación del material persuasivo e informativo (cfr., Packard) (29).

Secord y Backman (30) consideran que cualquier proceso de comunicación tiene relación con la situación del individuo en un contexto social o con su posición e interacción con otros grupos sociales (p. 128-129). En otras palabras, el impacto de la comunicación sobre un individuo es modificado por la influencia de los grupos a los que ese individuo pertenece, por su relación con otros miembros del grupo y por sus reacciones ante la comunicación.

Pero esta interacción puede ser un arma de dos filos, porque así como puede proteger al individuo contra la persuasión, también puede hacerlo más vulnerable a ella, como sucede en la generalidad de los casos.

Fuera de la familia la persona se encuentra cada vez más sola, aislada en una masa anónima e incomunicada. La vida aparece solo en su dimensión material, inmanente, porque el mundo de la imagen en el que la persona de hoy vive sumergido, no puede representar contornos espirituales. Compramos revistas, periódicos, nos interesamos solo en aquello más detonante y nos acostumbramos a juicios simplistas e insuficientes.

Nos desacostumbramos a juzgar por nosotros mismos, cuentan más los slogans que las razones. Filmes aparentemente inocentes como “Heidi”, “Barco”, por no citar “Kojak”, nos familiarizan con ideologías bien determinadas (cfr., Busquets, p. 176) (31).

En América Latina, por ejemplo, los medios masivos como el cine y la TV, refuerzan el “status” y bloquean el cambio social. Apelan a lo masivo de la persona, e.d., a que no piense por sí misma, sino que se deje llevar por los demás.

Así poco se puede hacer para la educación y libertad (cfr., Martínez, p. 51) (32).

Esta situación la denuncia el documento de Puebla III Conferencia Episcopal Latinoamericana al señalar que “*el control de estos Medios de Comunicación Social y la manipulación ideológica que ejercen los poderes políticos y económicos se empeñan en mantener el «status quo»…*”, la situación de injusticia imperante (#1069) (33).

Para informes más concretos véase Beltrán y Fox de Cardona (34). Ellos describen en forma detallada y documentada el carácter dependiente que la estructura de las comunicaciones de América Latina ha llegado a tener. Ofrecen citas, cifras y documentos a través de los cuales se señala como la mayoría de los medios de comunicación de la región aparecen identificados con los intereses de los centros de poder.

En el capítulo cuarto del libro encontramos un estudio profundo de los programas de TV como instrumento de dominación. En el quinto se toma a la televisión colombiana como ejemplo

para un estudio del caso. Y en el sexto se plantean alternativas políticas y conclusiones generales frente a la realidad comunicativa del continente.

Dentro de estas condiciones lo que las comunicaciones de masas hacen es cumplir una función de reproducción de un sistema a dos niveles fundamentales:

- A nivel material, creando las condiciones para la venta masiva de mercancías.
- A nivel ideológico, transmitiendo las ideas y reforzando los valores de las clases dominantes, e.d., garantizando la permanencia de la sociedad dentro de las condiciones actuales (cfr., Equipo Coordinador de Teólogos-Educadores, p. 40) (35).

Para la comunicación tradicional de la fe cristiana, las comunicaciones inadvertidas tienen consecuencias alarmantes. El mundo de hoy, a través de las imágenes en los periódicos, cine, TV, les dice a los jóvenes que para conocer, vivir y crear, desarrollen su sensibilidad e imaginación.

Todo lo contrario a la espiritualidad que nos enseñó el esfuerzo y la sumisión de los instintos a la razón. En el mundo de la empresa se espera que los jóvenes sean personas de iniciativa, de imaginación, decididas. Mientras que el modelo religioso que se les ha transmitido les pide obediencia, sumisión a los acontecimientos ("... *es la voluntad de Dios*"), fidelidad a un reglamento, etc.

En el mundo socio-político se espera de los jóvenes que sean agresivos y realistas. Mientras en la educación se les ha enseñado la dulzura, el enfurtido de los conflictos y la referencia al ideal.

3. Soluciones

3.1. Los Educadores

En este capítulo vamos a presentar soluciones que algunos de los educadores proponen al problema de las comunicaciones de masas que nos llegan través de la imagen del cine y la TV. Me pareció conveniente dividir las soluciones en aquellas centradas en el perceptor y en aquellas centradas en el mensaje.

3.1.1. Soluciones centradas en el perceptor

3.1.1.1. Baggaley y Duck: (36) opinan que la solución está en la educación al medio y a través de él, e.d., educar de antemano a la sociedad contra los efectos que pueda experimentar. Por ello, los proponentes de las formas democráticas harán bien en dirigir parte de su atención, en el futuro, a educar a los espectadores sobre la influencia del cine y la TV en los procesos de su pensamiento.

La educación debe dirigirse en primer lugar a concientizar a los espectadores sobre la existencia de las comunicaciones inadvertidas, sus técnicas y efectos. En segundo lugar, puede ser instructivo trazar paralelos entre sus usos involuntarios e inocuos en ciertos tipos de transmisiones y sus usos intencionales y más siniestros en la televisión persuasiva.

3.1.1.2. Cajigas (37) realizó una tesis doctoral sobre "*Mass Media y Escuela en América Latina. A propósito de una intervención psico-pedagógica en el Ecuador*". En ella presenta los esfuerzos de formación a las comunicaciones de masas existentes en la región.

La formación destinada a ayudar a la persona a situarse delante del mundo de las comunicaciones de masas y a utilizarlos de manera inteligente, no está tomada en cuenta en la mayor parte de los textos emitidos por los gobiernos latinoamericanos, de los ministerios de educación, de los acuerdos interamericanos para la cooperación educativa, de los diversos centros de investigación sobre las comunicaciones de masas y los diferentes congresos o seminarios organizados para tratar los problemas concernientes al dominio de las comunicaciones colectivas y de la educación.

En el centro de documentación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), es remarcada la ausencia de trabajos relativos a una pedagogía de las comunicaciones de masas y la ausencia de recomendaciones en este sentido provenientes de instituciones autorizadas. La única institución que se ha preocupado sobre este aspecto es el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE-UNESCO) de México, cuyos objetivos específicos son: promover la tecnología educativa, la utilización de medios modernos en la enseñanza, sus aplicaciones prácticas, etc.

De otra parte, los medios son concebidos para transmitir la educación, por servicios de tele-enseñanza a nivel nacional y a escala interregional, y las técnicas audiovisuales son recomendadas en vista a ayudar la enseñanza.

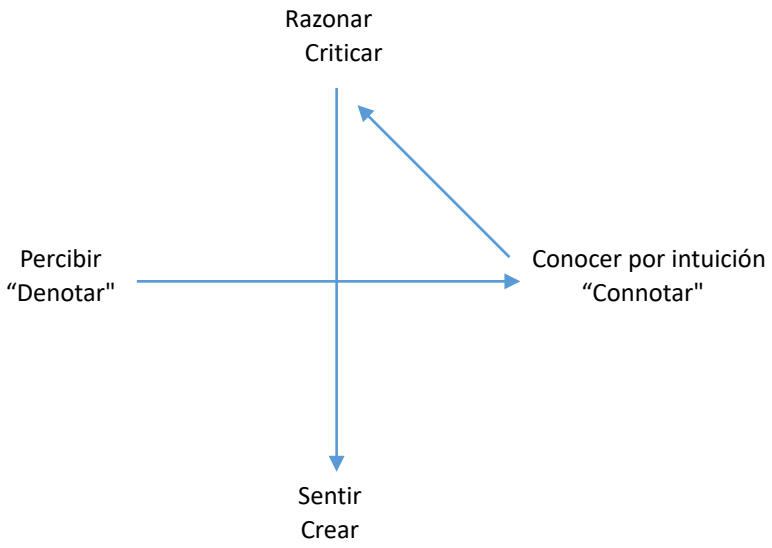
Las acciones inmediatas propuestas por el Director de CIESPAL, con el fin de mejorar las comunicaciones sociales dentro de la región, tampoco tienen en cuenta la posibilidad de una formación en las comunicaciones de masas.

En lo que se refiere a organizaciones de educadores, la eventualidad de una formación a las comunicaciones de masas no es, a pesar de todo, concebida entre las medidas correctivas ya iniciadas. Algunos años atrás E. Santoro, pionero dentro de la región en lo que se refiere a los estudios de los efectos de las comunicaciones de masas en los niños, no consideró tampoco una acción de este tipo.

Además, sobre el plan de contactos personales que Cajigas estableció, no percibió más que algunas intervenciones juzgadas útiles o necesarias. Sin embargo, constató una mejor sensibilización a la necesidad de una educación a las comunicaciones de masas dentro de los medios católicos.

Es dentro de este ambiente y en el presente decenio, que ha nacido y se ha desarrollado una nueva corriente pedagógica que pone el acento en los medios de comunicación. Es la pedagogía del “Lenguaje Total”, cuya metodología se puede sintetizar en el siguiente esquema que se desarrolla en dos tiempos fundamentales:

- Una primera etapa analítica que consiste en la educación de la percepción, de la intuición y del razonamiento crítico por medio de la lectura connotativa y de la lectura estructural.
- Una segunda etapa sintética, destinada a formar la creatividad del alumno. Este lleva a cabo el trabajo en equipo y dentro de un clima no-directivo.



Mas adelante presenta "*Las condiciones de una pedagogía de las comunicaciones de masas en América Latina*", donde afirma que deben ser examinadas por medio de investigaciones-acciones como la que ella presenta, de tal manera que se puedan edificar programas de educación en las comunicaciones de masas adoptadas a la región, eficaces y fecundas.

La tarea de formación a las comunicaciones de masas le parece necesaria y urgente, tanto mas que se trata de una labor a largo plazo y de efectos lentos. Pero esta acción no puede esperar. Se ha visto que en la región se ha iniciado una tarea de sensibilización, por parte de los pedagogos del "Lenguaje Total" y por el ILCE-UNESCO, pero no basta.

La acción que propone en su trabajo critica dos posiciones principales:

- La de los seguidores del "*status quo*" que no tienen interés en cuestionar los medios por el miedo a perder la eficacia de los instrumentos de control de masas.
- La de las fuerzas conservadoras para quienes es difícil admitir que una pedagogía de las comunicaciones de masas puede ayudar a las poblaciones a ser menos alineadas y un poco más conscientes de sus posibilidades.

Señala, además, que nadie podrá negar que tantos ensayos de cambio han fracasado en la región debido a que las poblaciones han sido indiferentes a los nuevos modelos de educación propuestos.

Por ello, no es seguro que una pedagogía de las comunicaciones de masas sea viable en ciertos países de la región. Pero ella constituye en la actualidad una de la vías abiertas y susceptibles de ser emprendidas.

En cuanto a los métodos y las técnicas que utiliza en su experiencia, encontramos que se trata de una tarea de evaluación de adquisiciones y del proceso de aprendizaje. Intentó llevarla a cabo mediante técnicas de recolección de datos y de instrumentos de control, entre los cuales están las siguientes:

a) Según el esquema "antes – después":
   - Administración de dos cuestionarios al principio del trabajo y después de que este haya terminado;
   - Observación y análisis en discurso de grupo (grabando el audio) de diapositivas sobre el lanzamiento de la bomba atómica en Hiroshima, una vez al comienzo de la operación y otra al fin (estos dos controles fueron realizados a nivel de niños y de educadoras).
b) Según el esquema de comparación de grupos, observación de una emisión de TV del género de dibujos animados y discusión posterior con el grupo de niños "tratado" y con otros dos grupos del mismo nivel de la escuela.

c) Discusión de grupo con las educadoras al término de la intervención, con la finalidad de hacer una evaluación conjunta del trabajo realizado.

d) La observación de los comportamientos y las discusiones de grupo grabadas en las diferentes fases de la operación. Estas técnicas no han podido ser utilizadas con los niños.

e) Redacción por parte de los niños y de las educadoras, de textos-proyectos de comentarios a los montajes audiovisuales.

f) Redacción de dos trabajos personales solicitados a las educadoras, uno sobre las comunicaciones de masas en general y otro sobre la imagen de la mujer en la publicidad de cuatro revistas femeninas.

3.1.1.3 Gil de Muro (38) opina que la solución está en que el espectador llegue a ser crítico frente al impacto que está recibiendo, porque la nocividad de un espectáculo es proporcional a la pasividad del espectador.

El televidente deber ser substituido por el tele-crítico, porque saber leer un periódico, juzgar un filme, criticar un espectáculo, en una palabra, saber conservar las riendas del juicio y de los sentimientos, se ha convertido en una de las exigencias de nuestro tiempo, contra todo aquel que tiende a despersonalizar.

3.1.1.4. Giudici (39) habla de liberar de la masificación haciendo tomar conciencia del poder masificador del cine y la TV, que esclaviza a la persona y la entrega cada vez más a las fuerzas que tienen como meta, no el crecimiento en el ser, sino en el haber, no en el crecimiento la paz y la justicia (Reino de Dios), sino del "*homo economicus*".

Se trata entonces de educar a los cristianos para que sepan evaluar ellos mismos los filmes, poner su mensaje en relación con el Evangelio y buscar una respuesta cristiana a tantos interrogantes que se plantea la persona de hoy y que no siempre está en condiciones de resolver.

Hay que saber leer la imagen por lo que es y no por lo que aparece. Para esto propone un itinerario metodológico:

A. Lectura de la película elegida partiendo no del tema, sino de las impresiones reacciones que ha suscitado en los espectadores y de la lectura inmediata de la imagen en su significado específico, conferido por el director.

B. Explicitación del tema y de los problemas que el director ha querido comunicar a través de aquel determinado lenguaje y estilo.

C. Análisis crítico de la temática y comparación con la mentalidad y comportamiento personal y comunitario.

D. Referencia a la Palabra de Dios.

E. Compromiso de vida personal y comunitario, como adhesión al llamamiento que proviene de la situación referida a la Palabra de Dios.

3.1.2. Soluciones centradas en el mensaje

3.1.2.1. Bartolini y Tonelli (40) hablan de concientización, e.d., hacer emerger una conciencia crítica y libre, construida sobre un conocimiento amplio y documentado de la realidad.

Es indispensable entonces leer correctamente las imágenes. Hay que decodificar el mensaje. Además, se requiere un cuadro interpretativo global, es necesario saber a dónde se quiere llegar. Se podría, por ejemplo, centrar la atención sobre el proyecto de persona y de sociedad que emerge de la presentación de los filmes. Pero leer esto en la imagen no es fácil, para ello se necesita un trabajo lento y dedicado, no basta con mirar.

Por ello, propone el juego del “QUE”, “CÓMO" y “POR QUÉ”:

a) “QUÉ” cosa representa, e.d., la materialidad del sujeto (un rostro, una montaña).

b) “CÓMO” representa aquello que representa, e.d., la opción hecha por el autor, el encuadre particular que le da entre los tantos posibles, el modo concreto por el que las cosas figuran en la imagen, la composición de los elementos, de los colores, de las luces, etc.

c) “POR QUÉ” representa en aquel modo aquello que representa, e.d., entre tantos modos de fotografiar una realidad, el autor ha elegido uno por una razón, que puede estar oculta incluso a el mismo (como ya he anotado antes). A este nivel el análisis se complica por dos hechos: la presencia de los códigos de la imagen, y las diversas visiones de la realidad que pueden caracterizar las diversas culturas.

De esa manera se llegaría a leer la imagen con profundidad.

3.1.2.2. Brugnoli (41) afirma que es absurdo abolir las comunicaciones de masas o anular su influjo. Es algo inimaginable. Es necesario pues, educar a los muchachos a la lectura del cine y la TV y de los mass media en general, a través de la comprensión del lenguaje de la imagen técnica. Esta es quizás la llave fundamental para resolver el problema de los medios de comunicación de masas.

Los padres de familia, desde los primeros años, deberían educar a los niños en el lenguaje de la imagen, obra que deberá continuar en la escuela. Es preciso dar a los niños los criterios para que usen correctamente la TV, e.d., para que sepan leer la imagen, la comprendan y valoren críticamente, en proporción a las capacidades personales y a la edad.

El muchacho deberá comprender que toda transmisión televisiva, toda película o periódico, es siempre un medio de comunicación, e.d., que detrás del hay un autor que quiere comunicar alguna cosa. Así como cuando se lee un libro y uno se esfuerza por comprender aquello que

encuentra escrito, de igual manera, hay que esforzarse por comprender la idea que nos quieren comunicar a través de las imágenes.

Es pues importante decodificar los signos de la imagen e individuar el mensaje que toda producción tiene, por inofensiva que parezca. Con los niños se alcanzará un gran resultado educativo si es que llegan a comprender que aquello que se ve en la TV no es la realidad, sino una representación de la misma. Para ello se les podría explicar algunos trucos y técnicas cinematográficas.

Pero también es necesario entablar un dialogo con los muchachos después de haber visto un programa televisivo, sin quedarse en las impresiones superficiales. Hay que buscar el por qué, las motivaciones.

Al fin de cuentas, se trata de hacerse las tres preguntas fundamentales sobre todo con los muchachos de mayor edad:

- ¿Qué cosa he visto?
- ¿Cómo fue representada?
- ¿Por qué todo esto?

Descubierto el mensaje de la transmisión es necesario el paso a la valoración crítica: lo que he visto, ¿es justo o no, es bueno o no? La respuesta deber ser motivada. Además, es claro que partiendo de una educación a la imagen se llegue a una educación a los valores, complicándose aún más el análisis.

Incluso a nivel catequístico la intervención pastoral se coloca en dos planos:

- Educación a la imagen (leerla, entenderla, valorarla),
- Educación con la imagen (utilizarla para comunicar el mensaje evangélico).

Por último, señala la urgente necesidad de formar catequistas para el recto uso de los medios audiovisuales y de la TV. Los catequistas ignoran la naturaleza del lenguaje de las imágenes y más aún, de las de TV, que mal utilizada conduce a la pasividad en lugar de llevar a la acción.

3.1.2.3. Busquets (42) a la Luz de la experiencia de Taddei, afirma que es buscando los “CÓMOS” como podemos llegar a la idea que el autor nos ha querido comunicar, e.d., a las comunicaciones inadvertidas.

Frente a las consecuencias tan serias de las comunicaciones inadvertidas solo es posible una opción: familiarizarse con la imagen. Cualquier pedagogía habrá de tener en cuenta, en ese sentido, una doble vertiente para la imagen y educar con la imagen.

Busquets piensa que para gozar de libertad personal más allá de cualquier esclavitud mental, como las desencadenadas por los niveles inadvertidos de las comunicaciones de masas, solo

cabe una postura: leer la imagen. Y leer la imagen es captar la idea del autor expresada en ellas.

Hay que tomar conciencia de la necesidad de alfabetización frente a la imagen, que puede llegar a ocasionar tantos comportamientos irracionales.

Solo cuando un individuo pueda hacer frente a los signos que se le presentan, con un conocimiento de cómo funcionan, le resultara más fácil defenderse contra la explotación de los otros (véase el "*Proyecto sobre el uso de los medios de comunicación social para la promoción y educación de los barrios marginales*" de Gerace) (43).

3.1.2.4. Ferrero y Giordano (44) opinan que el verdadero control sobre la TV se ejercita cuando llegamos a conocerla. Si es verdad que se acusa al cine y la TV de instrumentalizar la masa y de tener mucho poder, también es verdad que los manipuladores de masas son poderosos porque es la masa quien les da ese poder.

Se trata entonces de educarse para leer las imágenes televisivas, empeñarse en criticar y comprender los mensajes de la TV y contrarrestar así su poder hipnótico. Además, hay que cambiar pareceres sobre los programas en el interior de grupos pequeños de amigos o durante horas de escuela. Solo así se podrá incidir en el poder de la TV y establecer las bases para llegar a ser constructores de comunicaciones y no solamente pasivos consumidores.

Giordano por su parte (45) reconoce que la primera actitud de realismo es considerar que los muchachos de hoy son hijos de las comunicaciones de masas. Y el primer momento de acción libre debe ejercitarse en la confrontación con el medio, que en nuestro caso es el lenguaje de la imagen.

Dado que el lenguaje fílmico es un lenguaje emocional, que suscita estados de ánimo, sensaciones caóticas, en todo sentido pre-lógicas, conduce al espectador hacia una actitud de pasividad. De aquí el fenómeno de identificación y proyección.

La intervención educativo-pastoral equivale a una mediación que lleve a criticar el lenguaje fílmico, de manera que pase al plano de la racionalidad aquello de lo cual ellos han participado, por el influjo caótico de agresiones emocionales.

El lenguaje fílmico y su contorno (lenguaje de signos que representan los limites materiales de la realidad) debe ser descrito, decodificado, para llegar a la comprensión de aquello que el significa inmediatamente y, en última instancia, para llegar a percibir el contenido mental del autor.

La actitud a-crítica del receptor ofrece un buen juego a la sugestión del lenguaje y su contorno que induce a considerar la imagen como análoga a la realidad. El espectador a-crítico se sumerge en la imagen como si fuera real.

Se revela entonces, la urgencia de programar una verdadera y apropiada educación al lenguaje fílmico, porque es necesario descifrarlo sobre la base de códigos muy precisos.

La misión educativo-pastoral debe orientarse a afinar los instrumentos de crítica que el muchacho ya posee, valorando sobre todo el aspecto del lenguaje de la imagen, porque los mecanismos de liberación de nuestros muchachos pasarán a través de los mecanismos del lenguaje de la imagen" (p. 92).

Hay pues que educar a superar los aspectos negativos de las comunicaciones de masas con una conciencia y capacidad críticas. En una palabra, educación a la imagen. Educación que debe programarse desde los primeros años de la formación humana.

3.1.2.5. Hinkkinen (46) en un reporte preparado para la UNESCO señala como objetivo frecuente en la mayoría de los países, la educación en las comunicaciones de masas como una ayuda para que niños y adolescentes puedan recibir y comprender los programas de TV, películas y otros productos de la comunicación.

Hace después una relación a las iniciativas que se han llevado a cabo en algunos países, acerca del contenido de la educación en las comunicaciones de masas.

En Francia, países bajos y España, la educación audiovisual se dirige a que los niños puedan expresarse por sí solos a través de la comunicación audiovisual.

En Dinamarca se busca la adquisición de una actitud crítica, capacitando a los niños en la experiencia, comprensión y evaluación crítica de las comunicaciones de masas.

En Finlandia se capacita a los niños para la comprensión del lenguaje de la comunicación, en una recepción crítica y selectiva de sus productos y en la formación de opiniones.

En la república Federal Alemana se subraya el uso correcto de los productos de la comunicación.

En Suecia, Finlandia, República Federal Alemana, Estados Unidos y Dinamarca, se trabaja por la comprensión del significado social de los medios de comunicación.

Acerca del contenido de la educación a las comunicaciones de masas, considera que debe estar centrado en el conocimiento del lenguaje de las imágenes o del lenguaje audiovisual o del significado de las expresiones a través de la comunicación en general. Presenta, además, el siguiente esquema del programa para la educación a las comunicaciones de masas (p. 56).

ESQUEMA SUGERIDO PARA EL PROGRAMA DE LA EDUCACION A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Contenido de la enseñanza	Lenguaje Materno	Educación Artística	Estudios Sociales e Históricos
1. ¿Qué son los medios de comunicación?			
¿Cómo se diferencia de la comunicación cara a cara? ¿Quién comunica a través de ésta?	(X)	(X)	X
¿Cómo usan los estudiantes los medios de comunicación? ¿Hasta qué punto están de acuerdo con ellos?			
¿Cuál es el lugar de la comunicación en nuestra vida diaria?	(X)	(X)	X
Medios de comunicación y realidad: ¿qué tipos de mensaje existen en la comunicación? ¿Cómo se diferencian unos de otros?	X	X	(X)
¿Cómo se trasmitía la información antes de la llegada de los medios de comunicación? ¿Qué tipos de factores promovieron la invención de los nuevos medios de comunicación?		(X)	X
2. Unidad intensiva			
La relación de los medios de comunicación con la realidad objetiva.	X	X	(X)
Los medios de expresión de los medios de comunicación.	X	X	
El uso de los medios de comunicación.	X	X	(X)
La estructura de los medios de comunicación en nuestro país.	(X)		X
Historia de los medios de comunicación en nuestro país.	(X)		X
El impacto de los medios de comunicación.	X	X	(X)
Las comunicaciones en el mundo de hoy.	(X)	(X)	X
La historia general de las comunicaciones.		(X)	X
3. Unidad de recapitulación y resumen			
Funciones esenciales de la comunicación en la sociedad moderna. El impacto de los medios de comunicación en nuestro mundo.	X	X	(X)
Factores decrecientes de la confiabilidad de los medios de comunicación.	(X)	(X)	X
4. El futuro de las comunicaciones y su plan de acción.	(X)	(X)	X
X = Requerimiento primario de la enseñanza, (X) = Requerimiento secundario.			

3.1.2.6 Taddei (47) afirma que la lectura es indispensable para llegar a la idea del autor de la obra, porque no se puede juzgar aquello que no se conoce. Leer es la única manera para conocer verdaderamente una obra de comunicación, como vehículo que es para manifestar una idea.

Las razones de la educación a la imagen y con la imagen, se reducen a la necesidad de la persona contemporánea de ser libre de la masificación operada por las comunicaciones de masas.

Y para esto es necesario formar, educar a la imagen, que no solo significa enseñar a hacer imágenes o algo similar, sino educar a la lectura de la misma, a tomar no solo la información material o narrativa que contiene, sino también el pensamiento directo o indirecto, los fondos mentales del autor.

Leer la imagen significa la “cosa”, el “cómo” y el “por qué” de la imagen misma. Solo así se puede llegar a aquello que el autor ha querido decir, consciente o inconscientemente.

La obra de libertad entonces, se debe llevar a cabo en dos niveles:

> a) Des-masificación. Relativa al proceso semiológico de las comunicaciones inadvertidas, independientemente de los contenidos directos. En concreto, se trata de hacer emerger nuevamente en la conciencia, las líneas demarcadas entre lo auténtico y lo inauténtico, entre ficción y realidad, entre ser y aparecer, entre pensar y sentir, etc.
>
> b) Des-instrumentalización, relativa a los contenidos de la comunicación de masas y a la relación con quien la produce. Recuerda que los instrumentistas tienen necesidad de la masa, porque ellos dependen de aquella. Por esto, ellos buscarán casi siempre comunicar ilusiones, sobre de todo de libertad, para que las personas sigan siendo masa y sea posible seguir manipulándolas. La tarea debe comenzar en las escuelas elementales, con cursos sistemáticos. Para ello propone un esbozo de la materia a tratar desde la escuela elemental (p. 97-98).
>
> - Grados de la escuela primaria. Los sentidos nos ponen en contacto con las cosas; por su aspecto sensible (contornos), llegamos a conocer aquello que son. Algunas cosas son creadas exclusivamente para comunicar (el signo). Los signos contienen ideas, e.d., son una idea concretizada. De su aspecto sensible llegamos a conocer aquello que son: vehículos de una idea. Pero son signos-palabra y signos-imagen. El signo-imagen es también una representación. La representación está en función de la comunicación. En el signo encontramos contornos que dan el nivel de representación y otros que dan la comunicación.
>
> - Cursos de secundaria. Las comunicaciones de masas. La imagen y la imagen técnica. La comunicación normal y la comunicación técnica. La de-formación técnica y la de-formación expresiva. Los tres mundos de las cosas, de las conciencias y de las expresiones. El proceso semiológico de la masificación. La lectura. Metodología y metódica de la lectura. La masificación de las comunicaciones de masas. Concepto de masa, de colonización de cerebros. La lectura como liberación. Valoración crítica e inserción socio-cultural de los mass-media en la escuela y en la vida.

Por último considera que el trabajo es muy difícil y el campo muy complicado, pero no por ello deja de ser válido el esfuerzo por una educación que libere.

3.1.2.7. La Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y la Televisión (UNDA—AL) (48) realizó en Manila, Filipinas, la 15a. Asamblea General entro el 1 y el 8 de noviembre de 1980. Un total de 210 participantes provenientes de 74 países. De América Latina, 8 delegados.

Uno de los temas que tuvo especial prioridad fue el de la edu-comunicación. Con este término se quiere designar la educación o formación de los destinatarios para que comprendan el funcionamiento y la naturaleza de los medios de comunicación, de tal modo que se sitúen ante ellos activa y críticamente.

En ella se constató que existe clara conciencia en los cristianos que trabajan en comunicación de la necesidad de educar a la lectura, comprensión y mensajes que nos traen los medios de comunicación masiva. UNDA está llevando adelante interesantes experiencias educativas en el campo de la educación a las comunicaciones de masas en Australia, India, México, Venezuela, Ruanda, Nueva Zelandia, etc. Y en estos momentos hay además un proyecto común de edu-comunicación entre UNDA y UNESCO.

En la Asamblea se insistió sobre este tema de la educación. Las escuelas católicas deberían ser las primeras en asumir tal responsabilidad. Aquellos educadores que se interesan de esta problemática edu-comunicativa, pueden escribir, para pedir orientaciones y material a: M. le Secrétarie General Unda-Educomunication / 12, rue de l'Orme / 1040 Bruxelles / Belgique.

En Bombay, en el "Xavier Institute of Communications", existe ya un esquema de formación en medios de comunicación:

Sesión 1: El mundo de las comunicaciones de masas

> Introducción general de cómo los medios de comunicación influyen en nuestra forma de vida. El paradigma del transmisor del mensaje explicado con la ayuda del "Juego del Rumor". Mensajes interpretados en música pop, en posters. Cómo el "medio es el mensaje".

Sesión 2: Caminos de lectura de la imagen — I (Fotografía)

> ¿Qué es una cámara y cómo trabaja? Las bases de la fotografía. Luz y composición. Estilos de fotografía: vida real, abstracta, industrial, humorística, periodística…

Sesión 3: Caminos de lectura de la imagen — II (Anuncios)

> La foto y el poster: similitudes y diferencias. Tipos de posters. Posters de películas. Anuncios.

Sesión 4: Caminos de lectura de la imagen III (Anuncios)

> Sesión de síntesis en la cual la lección de fotografía, posters y anuncios, son vistos claramente.

Sesión 5: Filmes

Un modo de ver a fondo los medios del cine: como se hacen las películas (montar, disparar, trabajo de cámara, editar). La manera de vender las películas (la estructura financiera, sistema de distribución de filmes). Como influyen en las costumbres sociales, valores estéticos y morales, maneras de pensar y sentir, etc.

Las secuencias de una apreciación fílmica (4 filmes) debe ser mostrada o cualquier otro filme mejor, que el profesor del curso tenga en mente. El libro de Roberge, "*El hombre y los Medios de Comunicación*" debe ser dado en este punto tanto como el folleto delgado. Apreciación fílmica. Debe darse un énfasis especial a las películas corrientes de la ciudad, especialmente películas comerciales de Hindi (el idioma de Indostán).

Sesión 9: Las comunicaciones de masas impresos — I

Introducción al mundo de los libros, folletos, revistas, polígrafos, posters (de nuevo) y periódicos. Análisis objetivo de los periódicos en función de la noticia y su circulación. Ejercicios en la escritura de periódicos y revistas, comparando títulos, encabezamientos, etc. Sistemas de impresión. Clases de mercados de periódicos. Sensacionalismo, noticias concisas (chismes ilustrados) prensa vulgar.

Sesión 10: Las comunicaciones de masas impresos— II

Historietas y dibujos animados como una forma de literatura común. Análisis de las historietas populares y dibujos animados. Ejercicios en un diseño simple.

Sesión 11: Televisión

Visita a un estudio de televisión y una muestra de un ejercicio de video desempeñado allí. Tipos de disparo de cámara, movimientos. Cuarto de control y mezclador de visión, edición.

Sesión 12: Proyección diaria

Juegos de proyecciones son presentados ante la clase, y juzgados mediante un panel al que los estudiantes contribuyen individualmente. Los certificados son entregados luego en la escuela.

Para terminar, es importante citar el seminario-taller sobre cómo educar el sentido crítico que se llevara a cabo en Lima, Perú, del 2 al 23 de agosto de 1981, organizado por el Servicio Latinoamericano de Medios Comunicación Grupal del SAL-OCIC y de UNDA-AL. Tres son las etapas en que se divide este encuentro:

a) Elementos de la educación del sentido crítico. Se pretende precisar y codificar los elementos fundamentales para formación del sentido crítico en la comunicación.

b) Profundización y procesamiento de los anteriores elementos desde las tres perspectivas siguientes: antropológica-social, psico-pedagógica y tecnológico-pastoral.

c) Ejercicios prácticos del propio sentido crítico en comunicación. Análisis y creación de instrumentos y metodologías para la formación del sentido crítico en comunicación.

3.2. La Iglesia Católica

Con respecto a la TV, Pío XII fue el primero que se pronunció a través de la encíclica "*Miranda Prorsus*" (8 de septiembre de 1957 https://www.vatican.va/content/pius-xii/es/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html). En ella analiza la significación, tanto general como específica de los medios de comunicación social y propone una ética de las comunicaciones en la cual se destaca el servicio a la persona en su totalidad, como característica moral. En una de sus alocuciones pastorales afirmó que, si los programas no son seleccionados, si se emplean en fomentar el mal, sus daños serán incalculables. Por ello, llamó a la responsabilidad de los dirigentes de este potente medio de comunicación a los mismos fieles, para que elijan conscientemente sus programas, de modo que la TV sea de verdad un instrumento de información, formación y transformación.

Más tarde, Juan XXIII confirma las normas impuestas por Pío XII sobre los medios de comunicación social en el "*Motu Proprio Boni Pastoris*" (22 de febrero de 1959 https://www.vatican.va/content/john-xxiii/es/motu_proprio/documents/hf_j-xxiii_motu-proprio_22021959_boni-pastoris.html).

Pero es en el decreto conciliar "*Inter Mirifica*" (4 de diciembre de 1963 https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html) sobre los medios de comunicación social, donde la Iglesia se pronuncia claramente. En él considera como parte de su misión predicar a las personas, con ayuda de los medios de comunicación social, el mensaje de salvación y enseñarles el recto uso de estos medios.

Los Pastores tienen que instruir a los fieles para que usen estos medios, pero es a los laicos a quienes principalmente corresponde vivificarlos con espíritu humano cristiano (#3). Los destinatarios de la información deben preocuparse de formar y dirigir su conciencia con ayudas adecuadas; especialmente los jóvenes deben ser moderados y disciplinados en el uso de estos medios al mismo tiempo que deben tratar de entender a fondo lo que oyen, ven y leen, para formarse el recto juicio.

Los padres por su parte, deben cuidar que los espectáculos y lecturas contrarias a la fe, no lleguen al hogar (#10). Las autoridades civiles deben proteger a los jóvenes de la prensa y de los espectáculos perniciosos para su edad (#12).

Es necesario además la formación sin demora de sacerdotes, religiosos, seglares para el uso de estos medios en el apostolado. Para ello deben conectarse las iniciativas encaminadas a la formación en el campo de los medios de comunicación social, sobre todo si se destinan a los jóvenes (#15).

Manda que se constituyan organismos para los problemas de la prensa cine, radio y televisión, con el fin de que la conciencia de los fieles se forme rectamente acerca del uso de estos medios (#21).

Termina exigiendo la publicación de una instrucción pastoral para que los principios y normas establecidos por el Concilio, se llevan a la práctica.

Como fruto de este decreto se elaboró la instrucción pastoral "*Communio et Progressio*" (3 de mayo de 1971 https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_en.html). En ella se dice que no se deben omitir esfuerzos para que los receptores se capaciten en interpretar exactamente cuánto le suministran estos instrumentos (#15). Por ello, tanto los informadores como los usuarios han de estar suficientemente instruidos y capacitados para recibir todo el beneficio de estos medios (#63).

Los usuarios necesitan una formación actualizada, adaptada, suficiente y accesible, que los más competentes deben proporcionarles a través de conferencias, círculos, foros, reuniones y cursos de renovación (#66).

Los padres y educadores deberán seguir las películas y publicaciones que más atraen a los jóvenes, para discutir con ellos, para despertar y educar su sentido crítico (#68).

La formación debe iniciarse en las escuelas, donde los planes de estudio deben dar puesto a esta enseñanza (#69).

Los sacerdotes, religiosos y religiosas han de estudiar, durante su formación, la influencia de estos medios de comunicación sobre la sociedad humana, además, aprenderán su uso técnico. Esta una preparación imprescindible para ejercer un apostolado eficaz en la comunidad humana, cada día más afectada por estos medios (#111).

Los Organismos nacionales y diocesanos deberían estimular, promover y coordinar los planes y la actividad de los católicos en el campo de la comunicación. Cuidarán que clérigos y laicos sean instruidos por medio de clases, conferencias, etc., a fin de ayudar a los fieles a adquirir un juicio prudente sobre obras y emisiones (#170).

Para terminar, encontramos el documento de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano realizada en Puebla. En el apartado referente a los medios de comunión y participación se halla el capítulo dedicado a la comunicación social. Vale anotar que la base de este documento es el aporte del Departamento de Comunicación Social del Celam (DECOS) (#48).

El documento de Puebla afirma que la evangelización no puede prescindir, hoy en día, de los medios de comunicación (#1064). Sin embargo, constata que, salvo contadas excepciones, no existe todavía en la Iglesia de América Latina, una verdadera preocupación para formar al

pueblo de Dios en la comunicación social, para capacitarlo a adquirir una actitud crítica frente al bombardeo de los mass-media, y para contrarrestar el impacto de sus mensajes alienantes, ideológicos, culturales y publicitarios (#1077).

Por estas razones opta por:

- Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto (#1080).
- Dar prioridad a la formación en la comunicación social, tanto del público en general como de los agentes de pastoral, a todos los niveles (#1081).

Urge, por lo tanto, que la Jerarquía y demás agentes de pastoral, conozcan, comprendan y experimenten el fenómeno de la comunicación social, a fin de adaptar las respuestas pastorales a esta realidad (#1083).

Es necesario crear o potenciar el organismo o departamento para la comunicación social y formar en este campo a todos los agentes de la evangelización: es una acción prioritaria (#1085).

Por último, el documento de Puebla señala la tarea de educar al público receptor para que tenga una actitud crítica ante el impacto de los mensajes ideológicos, culturales y publicitarios. Para esto, recomienda a UNDA, OCIC, UCLAP, dedicar una especial atención a la formación del público receptor (#1089).

4. Propuesta Metodológica

A partir de las reflexiones y experiencias que encontré sobre las soluciones planteadas al problema de las comunicaciones de masas y sus consecuencias, elaboré una propuesta metodológica. Solo una propuesta porque lo único que pretendo es que la presente tesis sirva para emprender nuevas experiencias e iniciativas en este campo de la educación a la lectura de la imagen, e incentivar la formación crítica y cristiana que salga al encuentro de las necesidades de los jóvenes de hoy.

Es solo una propuesta porque si tenemos en cuenta tantos factores humanos como son la edad, el nexo, la educación, la cultura, etc., queda relativizada aún más esta metodología.

Sin embargo, dado que hasta el presente no he encontrado ningún tipo de experiencia con jóvenes de clase popular en este campo, he considerado válido ofrecer este aporte.

En el momento concreto de decidir el cómo, qué pasos había que seguir para que los muchachos lean la imagen televisiva, descubran las comunicaciones inadvertidas y las critiquen cristianamente, pensé en el juego del “QUÉ”, “CÓMO” y “POR QUÉ”.

-¿Qué ves en la imagen?
-¿Cómo está representado?
-¿Por qué habrán elegido esos cómo?

Así llegaríamos al mensaje o idea central del programa. Sin embargo, dado que la imagen televisiva es imagen en movimiento, seria imposible analizar una por una todas ellas en un programa.

¿Qué hacer entonces?

Se me ocurrió que se podía analizar no todas las imágenes del programa, sino solo aquellas de las escenas más importantes o claves.

Pero, ¿cómo elegir estas escenas? ¿Tomaría en cuenta solo mi criterio?

Las escenas para analizar serían aquellas que más les habían impactado o emocionado a los jóvenes, y algunas más que a mi juicio consideraba importantes. Pero aún así, una escena se compone de varias imágenes, por lo tanto, me pareció que la solución estaría en analizar aquellas que más se repetían.

Partiendo de aquellas escenas descubriríamos las ideas parciales, aquellas comunicaciones inadvertidas que el autor del programa haya querido comunicar consciente o inconscientemente. De ahí pasaríamos a descubrir el mensaje oculto que trae el conjunto de las comunicaciones inadvertidas para confrontarlo con el espíritu del Evangelio y llegar así, a adquirir una conciencia crítica y cristiana.

De este modo ya tenía trazado los pasos fundamentales para una experiencia de lectura de la imagen televisiva. Fue entonces cuando el P. Victorino Zechetto, Director de mi tesis, me sugirió la idea de tomar un cuestionario antes y después del ejercicio de lectura, para comprobar si este producía algún resultado.

¿Qué preguntas?

1. Cuáles eran las escenas que más les habían impactado o emocionado, para analizarlas después.
2. Qué tipo de persona y de sociedad son propuestas por el programa, para relacionarlos con nuestra realidad y con el Evangelio y ver qué repercusiones podría tener.
3. Cuál es el mensaje central del programa para ver si después de la lectura descubren otro, e.d., el de las comunicaciones inadvertidas.
4. Pedirles que establezcan una relación entre este mensaje y el Evangelio, para ver si estamos acostumbrados a criticar cristianamente los mensajes que reciben: ¿hasta qué punto el Evangelio está presente como criterio en su vida diaria?
5. Qué comentario o parecer no está incluido en las preguntas, para que puedan expresar cualquier inquietud. El cuestionario está a continuación y no pediría el nombre del estudiante, para darles mayor margen de libertad al contestarlo.

Cuestionario para la Formación Crítica y Cristiana a través de la Lectura de la Imagen Televisiva

a) Nombra tan sólo una de las escenas que más te impactó y emocionó

……

b) ¿Por qué?

……

c) ¿Cuál crees que es el hombre ideal según este programa, y por qué?

……

d) ¿Cuál crees que es la mujer ideal según este programa y por qué?

……

e). ¿Cuál crees que es la sociedad ideal según este programa, y por qué?

……

f) ¿Cuál crees que es el mensaje central de este programa y por qué?

……

g) ¿Puedes establecer alguna relación entre este programa y el Evangelio? ¿Sí o no, y por qué?

……

h) ¿Tienes algún comentario que hacer?

……

i) Anota aquí tus programas de television preferidos:

1…….
2…….
3…….

j) ¿Por qué razones estos programas te gustan más que otros?

El 1ro. porque

…….

El 2do. porque

…….

El 3ro. porque

…….

k) Aproximadamente, ¿cuánto tiempo ves la televisión diariamente?

1 hora…. 2 horas…. 3 horas…. 4 horas…. 5 horas…. Edad: ....

Llegado a este punto, tenía preparado teóricamente casi todo. Faltaba ahora el programa de TV que debía elegir. Nuevamente me pareció que no podía tener en cuenta únicamente mi criterio en la elección del programa. Debía preguntar a los jóvenes. Por ello, pensé en una breve consulta sobre que programas preferían, por qué los preferían y de paso, cuántas horas ven diariamente la TV.

Elegí los 5tos. y 6tos. cursos de cuatro colegios religiosos de clase social media-baja, dos de varones y dos de mujeres. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

a) Colegio "SANTA MARIANA DE JESUS", abril 2 de 1981, 9:40-10:30 A.M., total: 141

Programas preferidos:	Frecuencia	%
1. Películas	128	47.2%
2. Telenovelas	87	32.1%
3. Series sobre la naturaleza	30	11.1%
4. Dibujos animados	14	5.2%
5. Dialogando	12	4.4%
	271	

b) Colegio "DORILLAS SALAS", abril 3 de 1981, 7:15-7:40 A.M., total: 75

Programas preferidos:	Frecuencia	&
1. Telenovelas	53	40.5%
2. Películas	34	26.0%
3. Noticias	22	16.8%
4. Dialogando	9	6.9%
5. Series sobre la naturaleza	7	5.3%
6. Dibujos animados	6	4.6%
	131	

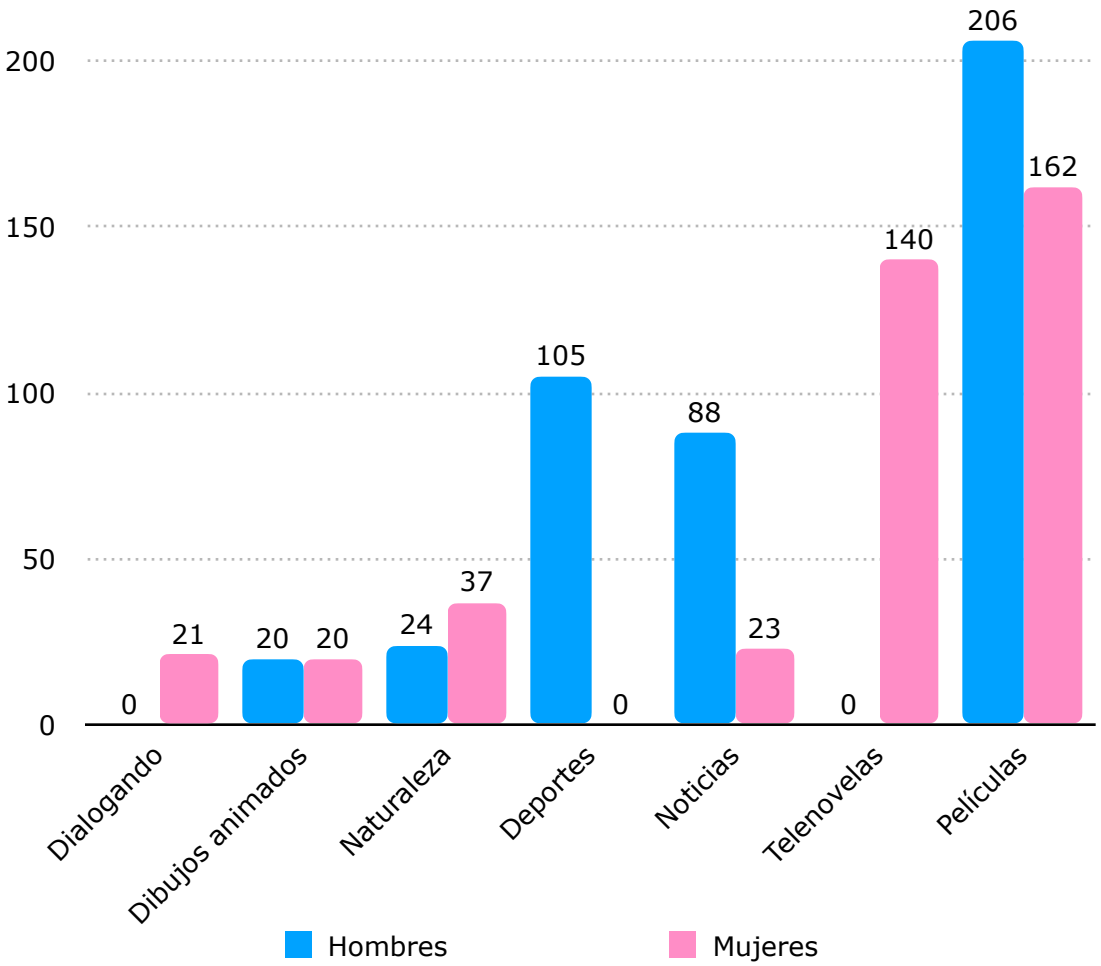
c) Colegio Técnico "DON BOSCO" 3 de abril de 1981, 9:00-9:25 A.M., total: 68

Programas preferidos:	Frecuencia	%
1. Películas	80	55.2%
2. Noticias	20	13.8%
3. Deportes	16	11.0%
4. Programas musicales	7	4.8%
5. Series sobre la naturaleza	7	4.8%
6. Novela "Soledad"	6	4.1%
7. Dibujos animados	5	3.4%
8. La guerra desconocida	4	2.8%
	145	

d) Colegio" BORJA N2" 2 de abril de 1981, 3:00-3:35 P.M., total: 228

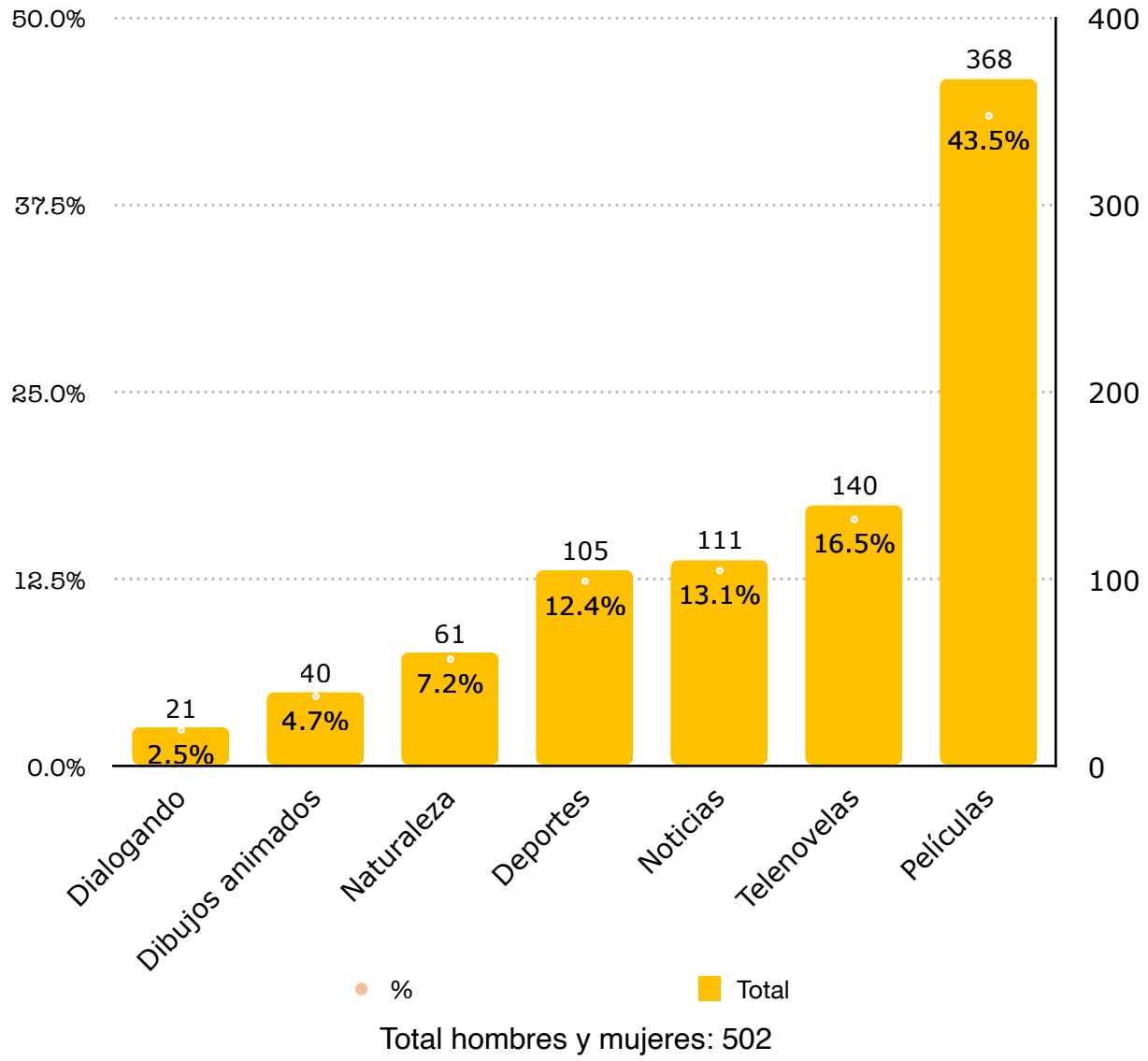
Programas preferidos:	Frecuencia	%
1. Películas	124	35.6%
2. Deportes	89	25.6%
3. Noticias	68	19.5%
4. Los Pícaros	26	7.5%
5. Series sobre la naturaleza	17	4.9%
6. Dibujos animados	15	4.3%
7. Los Audaces	9	2.6%
	348	

PROGRAMAS PREFERIDOS DE TV

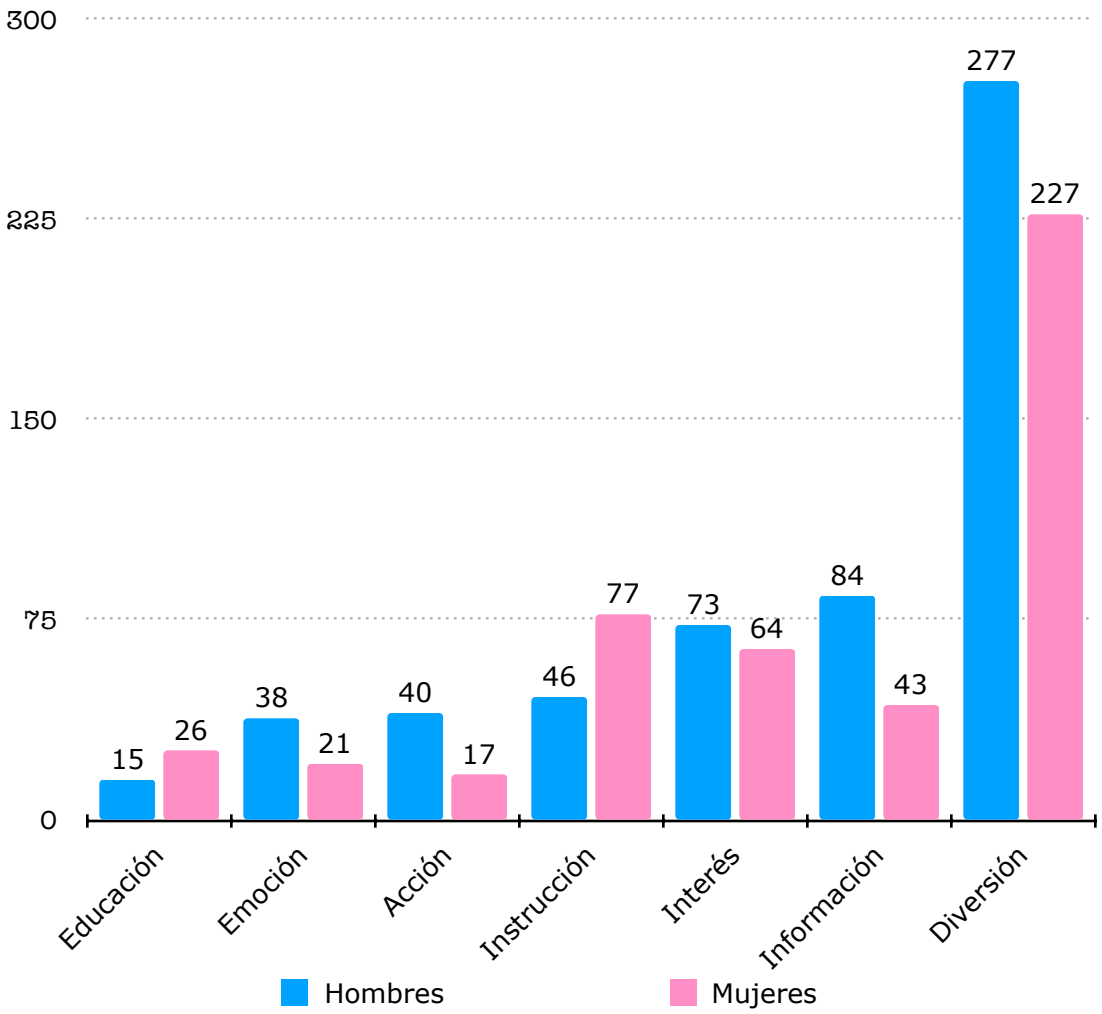


Total de hombres: 286. Total de mujeres: 216

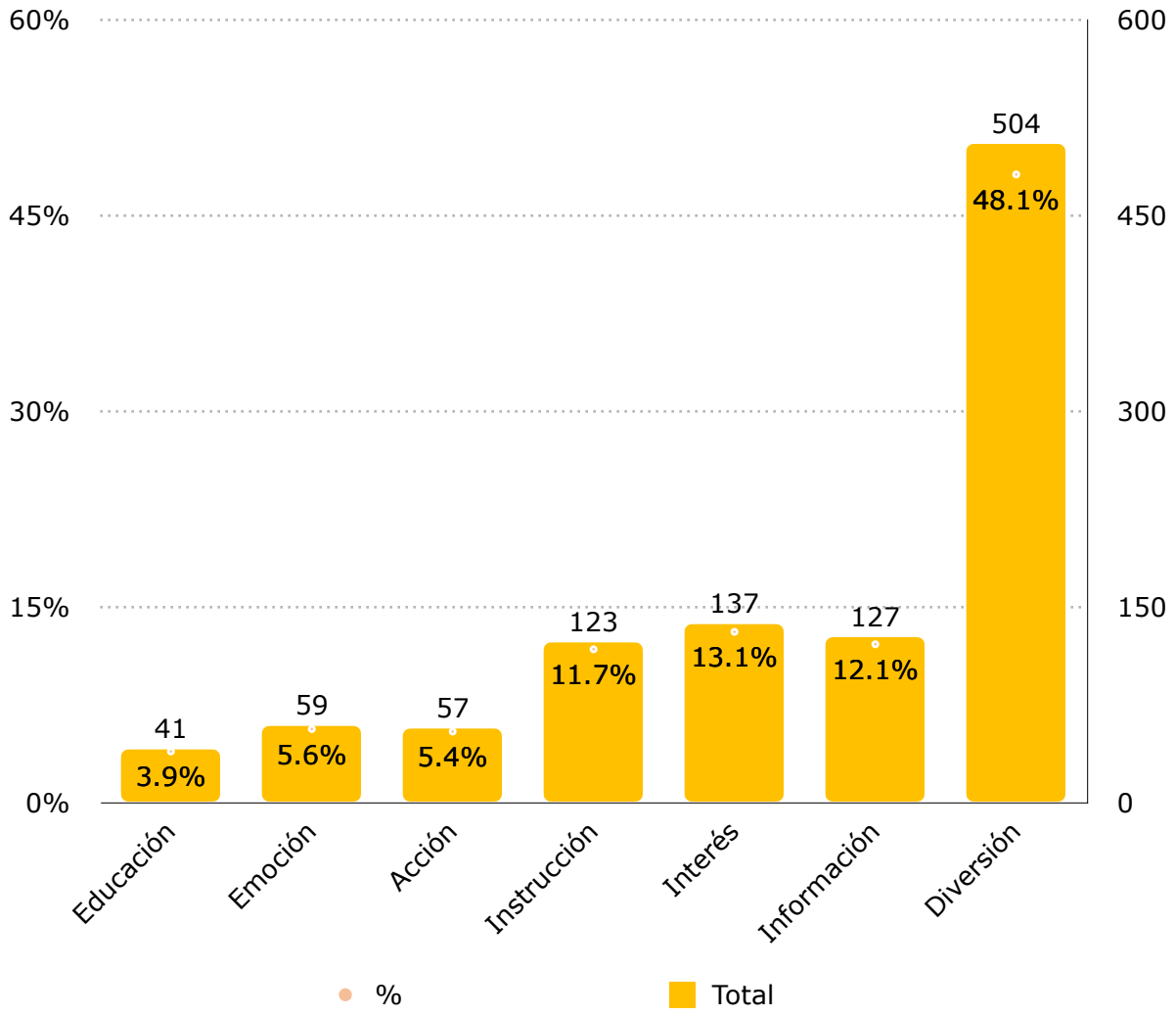
TOTAL DE PROGRAMAS PREFERIDOS DE TV



Total hombres y mujeres: 502



RAZONES POR LAS QUE PREFIEREN LOS PROGRAMAS



TOTAL DE RAZONES POR LAS QUE PREFIEREN LOS PROGRAMAS:

Promedios de horas diarias frente al televisor:

Hombres: 2.03 horas
Mujeres: 2.35 horas
Promedio: 2.19 horas

A partir del promedio total podemos decir que frente a la TV pasan:

- En una semana: 15.33 horas
- En 52 semanas: 797.16 horas

Sin tomar en cuenta que los fines de semana pasan mucho más tiempo frente al televisor.

Mientras tanto, en el colegio se reciben aproximadamente 5 horas diarias de clase, es decir:

- En una semana: 25 horas.
- En un año: 900 horas (9 meses, 36 semanas).

Esto, sin tomar en cuenta vacaciones por fiestas nacionales, locales, patronales, etc.

Además, no consideré tampoco la suspensión de clases por motivos extras, como paros, huelgas, etc.

En conclusión, la verdadera escuela o colegio de los muchachos de hoy es la TV, porque pasan casi el mismo tiempo delante de ella, y porque su influjo aumenta porque no pueden interactuar y no se dan cuenta de los mensajes que están recibiendo.

A partir de estos resultados elegí un capítulo de la serie de TV, “Buck Rogers en el Siglo 25”, una producción de Universal Studios de 1979, que incluso había sido llevada al cine. Era entretenido, de acción y emoción, por lo que supuse podría despertar el interés de los jóvenes.

Se me ocurrió, además, que debía hacer algo para motivar la participación en la experiencia. Pensé en aquello que me había motivado a mí: las estadísticas de los efectos de la TV en la mentalidad de los niños, que citaba el programa radial de “Los Hijos de Laura Torres”. Por ello, me pareció que aquel programa o bien sus estadísticas podría ser escuchado con los jóvenes, para motivar su participación.

A punto ya de realizar la experiencia, pensé que el ejercicio de lectura de la imagen debería ser dinámico, atractivo, no una mera clase. Las opciones necesarias para este ejercicio se podrían compartir con la ayuda del video-cassette-grabadora, que permite detener la imagen.

Sin embargo, era necesario proporcionar a los jóvenes algún material donde pudieran confrontar lo que estaban viendo y oyendo. Por eso pensé en la elaboración de un pequeño y muy sencillo folleto-código con el fin de ayudar a la comprensión de las nociones relativas a la lectura de la imagen.

Inicié la elaboración del folleto sacando fotos del programa de TV elegido para analizar en la experiencia. Pero no obtuve la nitidez necesaria, debido a que la velocidad de las imágenes de TV no permite sacar fotos con una velocidad mayor de 1/15 de segundo, de lo contrario aparece una gruesa línea negra. Con aquella velocidad las fotos perdían nitidez porque aparecían un tanto movidas. Ante este problema no tuve otra alternativa que tomar fotos de la realidad.

A continuación, presentaré las dos experiencias realizadas con dos grupos: uno de mujeres y otro de muchachos.

4.1. Experiencia 1 (Mujeres)

Se llevó a cabo en el Colegio “Dorilla Salas” de la ciudad de Quito, con un grupo de 15 chicas de 5to. y 6to. curso.

Ellas habían sido motivadas anteriormente con los dos programas de los “Hijos de Laura Torres’. Los habían escuchado y comentado con la ayuda de Sor Ana Velasteguí.

El día jueves 11 de junio de 1981 a las 3:30 de la tarde comenzamos con una pequeña dinámica de integración. A continuación, les presenté una síntesis del mensaje de los dos programas escuchados: las imágenes de la TV influyen claramente en la mentalidad de los niños. Es necesario hacer algo.

¿Qué hacer entonces?

Una chica respondió que se podría ver los programas de TV al lado de los niños y decirles lo bueno y lo malo que tiene el programa. Le contesté que eso no era suficiente porque más adelante descubriríamos que la imagen nos comunica ideas que nosotros recibimos inconscientemente.

Otra intervino entonces para decir que la solución está en educarlos para que vean la TV. Esto me pareció más efectivo que la propuesta anterior, pero el problema que ahora surgía era, ¿quién? Enseguida contestaron que ellas mismas podían empezar en su casa con sus hermanos. Pero cuando les pregunte cómo, nadie contestó.

Ante esta situación les propuse una pequeña experiencia para adquirir una conciencia crítica y cristiana frente a los programas de TV. De esta manera, una vez que nosotros nos encontremos un tanto capacitados, podríamos idear un método para educar a los niños.

En la primera sesión veríamos el programa y llenaríamos un cuestionario.

En la segunda analizaríamos ciertas escenas para llegar a descubrir el mensaje oculto del programa y llenaríamos nuevamente el mismo cuestionario. En la tercera y última sesión, trataríamos de la relación de este mensaje oculto con el Evangelio.

Estuvieron de acuerdo e inmediatamente hice una pequeña introducción al programa diciéndoles que se trataba de un personaje que había vivido en el siglo XX pero que ahora se encontraba en el siglo XXV, con ciertas ventajas humanas sobre las demás personas de aquel tiempo.

Antes de proyectarles el programa les repartí el cuestionario para que desde el primer momento se habitúen a leerlos.

Apenas comenzamos a verlo, me di cuenta que el televisor, por ser muy pequeño (12 pulgadas), distorsionaba el sonido de manera que no se entendía muy bien el diálogo de los personajes. Por ello me vi obligado, desde aquel instante, a detener la proyección para comentar un poco sobre lo que está sucediendo de manera que todas pudieran comprender el desarrollo de la acción.

Terminada la proyección llenaron el cuestionario. Tardaron aproximadamente media hora. Como poco a poco habían llegado más chicas, el cuestionario, en algunos casos, fue llenado entre dos. Los resultados fueron los siguientes:

a) Las escenas que más les impactaron:

- El rapto de la chica, por su rostro de desesperación (para 3).
- El rescate, por el valor y la valentía del protagonista (para 5).
- El momento en que iban a drogar a la chica, por el valor que demostró para guardar el secreto (para 4).
- La llegada a la ciudad, por el avance de la ciencia (para 2).
- La pelea del Capitán con el que lo perseguía, porque lo derrotó (para 1).

b) El mensaje central del programa:

- No debemos estar bajo el dominio de las máquinas (para 3).
- Todos debemos ayudarnos (para 4).
- Debemos guardar los secretos aún a costa de la propia vida (para 4).
- La persona no debe mecanizarse porque pierde personalidad (para 2).
- La persona necesita de los otros y no debe buscar para todo las máquinas (para 1).
- Ayudar a otro sin importarle a uno la vida (para 1).

c) Para todas el hombre ideal que presenta el programa es el protagonista, por su valentía, seguridad, agilidad, valor, decisión, tenacidad, constancia y por arriesgar la vida.

d) La mujer ideal es la asistente del protagonista (para 10) por su inteligencia y astucia, por su saber, por su cargo, valor, por desempeñar su trabajo con empeño, por arriesgar la vida, por saber trabajar como artista. Para las restantes, la mujer ideal es la chica raptada por su valor, lealtad, gran fuerza de voluntad y por haber sabido guardar el secreto.

e) La sociedad que presenta el programa es una sociedad mecanizada, acomodada, llena de lujos y diversiones, donde prevalece el dinero, donde todo lo manejan las computadoras. Pero al mismo tiempo es pervertida manipuladora, con vicios y corrompida.

f) Solo 2 pudieron relacionar el mensaje del programa con el evangelio de la siguiente manera:

- Dios da su vida por nosotros, el protagonista da su vida por la chica.
- Dios dice no matarás, pero en la película se mata simplemente por sobresalir.

Las restantes no lograron establecer ninguna relación entre dos mensajes.

El día viernes 12 de junio de 1981 a las 12:30, cuando las chicas salían de clase nos reunimos en el mismo salón y nos propusimos estudiar la trama del programa, e.d., denotar lo visto en el programa y descubrir como representaban aquello, para encontrar el mensaje central que pudiera estar oculto.

A esta sesión vinieron cinco chicas más, que no habían participado el día anterior. A ellas les dije que sentía mucho no poder explicarles todo lo que ya habíamos tratado y tal vez no iban a comprender algunas relaciones que íbamos a establecer. Sin embargo, les permití que se quedaran.

En primer lugar, les pregunte qué era lo que habíamos visto, e.d., lo que sucedió en el programa en pocas palabras.

Una de ellas intervino diciendo que se trataba del rescate de una chica que había sido raptada para extraerle una información básica para destruir toda una organización. El dueño de la información, pide ayuda a las fuerzas del bien a cambio de otra información necesaria para destruir cierto tipo de naves enemigas, que los controles automáticos de las naves del bien no lograban destruir.

Para esta misión de rescate es designado el protagonista por sus habilidades y capacidades, y también una asistente por el conocimiento que tenía de la ciudad donde estaba raptada la chica. Llevan a cabo la misión con éxito, la chica es rescatada y el jefe de aquella organización del mal cumple con su parte entregando la información ofrecida.

Inmediatamente después, comenzamos el análisis de las escenas que más les habían impactado. Para esto, se les entregó el folleto-código adjunto al final.

a) El rapto de la chica. Primero vimos la escena entera nuevamente, luego denotamos: una chica es raptada porque conocía una formación secreta. A continuación, nos detuvimos a ver qué tipos de planos cinematográficos se usaban. Descubrimos que en el inicio colocan un plano general del lugar donde se encontraba la casa de la chica. Después usan planos medios y primeros planos, tal como lo muestra la secuencia siguiente. La escena termina con un primerísimo plano.

En cada caso detenía la imagen en la pantalla para observarla bien y confrontarla con el folleto-código. Descubrimos que los planos medios y sobre todo los primeros planos tenían una función psicológica profunda, de tal manera que nos identificaban con el personaje, con sus sentimientos y emociones. La escena les impactó porque la raptada no fue solo la chica del programa, sino también ellas mismas.

b) La llegada a la ciudad. Igualmente denotamos en primer lugar: el protagonista y la asistente llegan a la ciudad para salvar a la chica. Descubrimos aquí también, que los planos que se usaban iban del general al primer plano, como podemos ver en la siguiente secuencia. De esta manera las imágenes nos identificaban nuevamente con los personajes que llegan a rescatar a la chica. Así, éramos nosotros quienes pasábamos a actuar en el programa.

c) El rescate. Denotamos: el protagonista derrota a los guardias y rescata a la chica poco antes de que la droguen. Escapan usando explosivos y una vez en el espacio enfrentan a las nuevas enemigas, a las que destruyen.

Al analizar las escenas nos dimos cuenta que la imagen de quien iba a drogar a la chica, además de ser un primer plano, tenía cierta inclinación, estaba tomada de abajo hacia arriba.

Consultamos el folleto-código y comprobamos que esta inclinación sirve para comunicar la idea de poder, tiranía y dominio en este caso del “malo”.

Al enfocar a la chica lo hacían ligeramente desde arriba, y así comunicaban la idea de aplastamiento, peligro, inferioridad:

Por el contrario, al protagonista se lo enfoca desde abajo para comunicar la idea de seguridad, fuerza y decisión, porque él es el héroe.

La escena es de acción en planos medios, que sirven para narrar y dramatizar la escena. Cuando el protagonista desata a la chica del sillón, el plano es medio y tiene una ligera inclinación en contra-picado, para exaltar la figura del protagonista que libera a la chica.

Mientras escapan los guardias están enfocados sin ángulo, en planos medios, nunca en primeros planos. Es que ellos no interesan. Las máscaras negras que usan, aun a pesar del humo que le impide ver, los despersonalizan.

Una vez en el espacio, se ven atacados por las naves enemigas. Esta vez tampoco dan resultado los disparos realizados por la computadora. El protagonista tiene que intervenir usando el control manual. Se utilizan planos generales y de conjunto para describir el combate espacial, de manera que la atención es llevada sobre el paisaje y no sobre las personas que están siendo eliminadas. Por el contrario, al protagonista y a la asistente, los

colocan en primeros planos en líneas horizontales, comunicando así la idea de paz,

tranquilidad y confianza en ellos:

Terminados estos pequeños análisis las invité a que en grupos de tres descubran el mensaje central del programa, mensaje que podría estar oculto en el tipo de imágenes usadas. Para encontrar este mensaje era indispensable tener en cuenta los análisis que habíamos realizado. Una vez encontrado este mensaje, debería ser algo así como la luz que ilumina la comprensión del sentido de las escenas. Luego les entregué el mismo cuestionario que les había tomado el día anterior para que lo llenen nuevamente.

Sábado 13 de junio de 1981, 10 de la mañana inicié la reunión con un cuadro comparativo de los resultados del cuestionario realizado antes y después del análisis de algunas escenas.

Tanto la primera vez como la segunda, las escenas que más les impresionaron fueron las mismas. Les hice notar que el hombre, la mujer y la sociedad ideal que presenta el programa son los mismos también. De aquí podemos concluir diciendo que la imagen nos comunica ideas, tengamos o no formación crítica.

Con respecto al mensaje descubrimos una gran diferencia. La primera vez dijeron que el mensaje central era saber guardar los secretos y ayudar al otro, aún a costa de la propia vida. La segunda vez el mensaje central era: "*yo puedo y debo sobresalir aún a costa de los demás"* y "*ayudar casi siempre a cambio de algo*". Entonces nos dimos cuenta que en verdad la imagen tiene un mensaje oculto aún a nosotros mismos, a menos que conozcamos un poco el lenguaje de la imagen.

A continuación, comenzamos a buscar cuál sería el verdadero mensaje central del programa, puesto que era algo que era preciso discutir un poco. Partiendo de que tal vez el mensaje central fuera el deseo de sobresalir, aun a costa de los demás, nos acercamos a la figura del protagonista, por ser el que mas se destaca. Poco a poco nos fuimos dando cuenta de varios pequeños detalles:

- Él es el único que puede ir a salvar a la chica.
- Él es quien va a realizar todo el trabajo con la ayuda de la asistente.
- Él es quien gana en el juego.
- Él es quien atrae a una de las chicas más bonitas.
- Él es quien derrota al guardia que lo perseguía.
- Él es quien rescata a la chica en el momento preciso en que la iban a drogar.
- Él es quien destruye a las naves enemigas únicamente con el control manual.

De aquí que si él es quien lo hace todo y bien, quien siempre triunfa, el mensaje central pudiera ser: el protagonista es el hombre que hay que imitar porque casi siempre gana, en el juego, en el combate y en el amor. Hay que ser como él, imitando sus actitudes y maneras de ser.

La relación con el Evangelio fue la misma que la vez anterior: Dios dice no matar y en la película se mata cómo si nada sucediera. Aquí es necesario tener en cuenta que tanto la primera vez como la segunda, quien hizo esta relación fue un grupo de tres aspirantes a la vida religiosa. Por lo tanto, parece que las chicas en general no estuvieran en capacidad de relacionar lo que ven en la televisión con su forma de cristiana de pensar. De aquí que parece necesario ayudarlas a relacionar estos mensajes para ir adquiriendo una mentalidad crítica frente a los mensajes de los programas de TV.

Con esta intención les propuse comparar el espíritu presente con el Evangelio con el mensaje central del programa. Este último nos proponía como persona ideal al protagonista, por ser fuerte, inteligente, por saber pelear y destruir a sus enemigos.

Mientras tanto, Jesús en el Evangelio nos pide que amemos a nuestros hermanos, incluso a los que consideramos nuestros enemigos. Por otro lado, el protagonista es feliz porque además de destruir a sus enemigos, gana mucho dinero y tiene varias mujeres con quienes salir. Mientras que en el Evangelio encontramos que la felicidad está en la entrega desinteresada a los demás.

Estas simples y cortas relaciones sirvieron para que las chicas comprendieran que los programan de TV no son tan inofensivos como parecen, sino que nos comunican mensajes que incluso van en contra del Evangelio.

Además, este programa nos aparta de nuestra realidad, no solo por ser una serie de ficción, sino también porque nos hace olvidar nuestros agudos problemas sociales y económicos, esa gran brecha que hay entre ricos y pobres. Es por esto que difícilmente sentiremos la necesidad de tomar actitudes concretas en orden a cambiar nuestra realidad de injusticia.

Para terminar, les entregué la siguiente encuesta, basada en las preguntas que nos hacía el Dr. Gustavo Noboa Bejarano, al final de las “convivencias" o encuentros de formación cristiana en el colegio:

> ¿Qué te pareció la experiencia de formación crítica y cristiana a través de la lectura de la imagen televisiva?
>
> ……
>
> ¿Qué fue lo que más te gustó de la experiencia?
>
> ……
>
> ¿Qué fue lo que menos te gustó de la experiencia?
>
> ……
>
> ¿Tienes alguna sugerencia para que esta experiencia resulte mejor?
>
> ……

Los resultados fueron:

1. La experiencia les pareció buena porque:
    - Descubrieron cómo encontrar el verdadero mensaje (para 10)
    - Les enseñó a analizar los programas de TV, (para 5)

2. Lo que más les gustó fue:
    - Darse cuenta del verdadero mensaje (para 5)
    - Los análisis de las imágenes (para 10)

3. Lo que menos les gustó:
    - La deficiente audición (para 8)
    - La falta de más tiempo (para 6)
    - La película (para 1)

4. Sugerencias:
    - Que se dé a otros la oportunidad de realizar esta experiencia (para 5)
    - Que se realice con más tiempo a disposición (para 6)
    - Que se realicen otras sesiones como estas (para 4)

Al final les dejé escrito en la pizarra lo siguiente:

- Esta experiencia de formación crítica a través de la lectura de la imagen televisiva debería ser más larga. No hemos alcanzado a analizar el lenguaje del color, del sonido, de la iluminación. Incluso el estudio de los planos, angulación y composición fue superficial
- De igual manera, la relación con el Evangelio fue solo una cuestión de paso, porque no hubo tiempo para más. Es preciso una mayor profundización, tal vez, una sesión más
- Sería interesante que entre ustedes surgieran iniciativas para continuar profundizando en el lenguaje de la imagen televisiva, no solo para provecho personal, sino también de los demás compañeros y familiares

4.2. Experiencia 2 (Hombres)

El jueves 19 de junio a los 10:45 de la mañana realicé la segunda experiencia, esta vez con 24 muchachos del 6to. curso del colegio “Villavicencio Ponce”, “La Salle”.

El tiempo de que disponía era muy limitado, dos horas de clase (90 minutos). Inicié la sesión explicándoles el objetivo de la experiencia: formarse una conciencia crítica frente a los mensajes de las series de TV y ser capaces de relacionar estos con el Evangelio.

A continuación, les mencione ciertas estadísticas sobre los efectos de los programas de TV en la mentalidad de los niños, sacadas de los programas de los “Hijos de Laura Torres”. En vista de esta situación vimos que una de las soluciones realizables era educarnos al lenguaje de la imagen televisiva.

Esta vez les anticipé que si llevábamos a cabo la experiencia que tenía preparada íbamos a descubrir muchas cosas nuevas acerca del mensaje de las series de TV.

La experiencia constaba de tres etapas:

- En la primera veríamos una serie de TV y llenaríamos un cuestionario para encontrar el “QUÉ” es lo que el programa representa, e.d., la trama.
- En la segunda analizaríamos ciertas escenas de la serie, para encontrar el “CÓMO” se representaba el “QUÉ”.
- En la tercera buscaríamos el mensaje central oculto de la serie para descubrir el “POR QUÉ” del “CÓMO” y relacionarlo con el evangelio.

Antes de iniciar la misma proyección que vieron las chicas, les entregué los cuestionarios para que fueran buscando las respuestas a media que veían la serie.

Esta vez el sonido estuvo mucho más claro, gracias a una grabadora adaptada al televisor.

Terminada la proyección les pedí que llenaran el cuestionario. Una vez que terminaron, dialogamos sobre la trama del programa y concluimos en lo mismo que dijeron las chicas de la experiencia 1. Descubrimos así el "QUÉ". Luego les entregué el folleto-código para explicarles de qué se trataba y nos detuvimos analizando el encuadre y el efecto de la angulación.

Viernes 20 de junio, 8:50 de la mañana. Recordamos el "QUÉ" era lo representado en la serie y luego pasamos a comentar los resultados de la encuesta.

Las escenas que más les habían impactado eran:

- La huida de la ciudad (para 8).
- El protagonista jugando "21" (para 6).
- El rescate de la chica (para 6).
- La pelea del protagonista con el guardia (para 4).

El hombre ideal fue el protagonista, por su audacia, fuerza, etc. Solo para uno la persona ideal que representaba el programa fue el padre de la chica raptada por haber dado todo para salvarla.

La mujer ideal fue la asistente del protagonista (para 14) y la chica raptada (para 10). La primera por su colaboración al rescate de la chica y la segunda por haber guardado la información secreta hasta el final.

La sociedad ideal que presenta el programa es la mecanizada, automatizada, donde el dinero lo es todo.

El mensaje central del programa:

- Darnos a conocer la vida del futuro, el avance de la ciencia (para 22)
- El amor del padre por la hija (para 1)
- Que uno es superior a otro porque tiene poder (para 1)

Tan solo dos encontraron relación con el Evangelio, para ellos el programa también hablaba del amor.

Iniciamos entonces el análisis de las escenas que más les habían impactado, para descubrir el "CÓMO". Tomamos la escena del protagonista jugando con la computadora. Denotamos: Un hombre gana mucho dinero jugando cartas. La mayoría de las imágenes estaban en planos medios y primeros planos.

Así, la imagen los introdujo en el protagonista de la serie, de manera que fueron los estudiantes quienes ganaron halagados por la presencia de una mujer bonita y admirados por otra. La escena los había emocionado no porque el protagonista sea superior a la computadora, como manifestaron en la encuesta, sino porque la imagen los había identificado con éste.

Pasamos a la pelea del protagonista con el guardia que lo perseguía. Denotamos: el protagonista pelea con un guardia y lo derrota. En el inicio se usan primeros planos y luego planos medios, intercalados con planos de conjunto. Aquí aparece un detalle más cuando enfocan al protagonista, lo hacen desde abajo, en contra-picado y así la imagen exalta al protagonista, proponiéndolo como modelo digno de imitar, a más del efecto de identificarnos con el.

Todo esto por supuesto, se realiza a nivel subconsciente, constituye lo que llamamos el mensaje subliminal de la imagen.

Tanto la escena del rescate como la de la huida, se analizaron en forma similar a la vez anterior en que se hizo la experiencia con las mujeres.

De estos análisis descubrimos pequeñas ideas parciales, como por ejemplo, que el protagonista sabe pelear, sabe jugar, sabe ganar, etc.

Llegado a este punto les pedí que llenaran nuevamente el mismo cuestionario del día anterior. Inmediatamente después comparamos los resultados del mismo cuestionario llenado antes y después de la iniciación a una formación critica a través de la lectura de la imagen televisiva.

Descubrimos que tanto las escenas que más les habían emocionado, como el hombre, la mujer y la sociedad ideal que presentaba el programa, eran los mismos. Nos dimos cuenta, así como en la experiencia con las mujeres, que la imagen logra comunicarnos el mismo mensaje, tengamos o no formación crítica.

Ahora se trataba de llegar a descubrir el "POR QUÉ" de aquel "CÓMO". Para eso trataríamos de descubrir el mensaje central oculto del programa.

Según el cuestionario aplicado por segunda vez, el mensaje central del programa ya no fue el mismo, esta ocasión el mensaje que descubrieron fue:

- Si somos como el protagonista seremos felices
- Debemos ser iguales a los protagonistas

Deteniéndonos en la persona del protagonista, fuimos descubriendo que él hace todo, que es él quien sobresale, él es quien gana, etc. Así, el programa suscita en nosotros el deseo de ser como él, de imitarlo.

Llegamos entonces a la conclusión de que el "POR QUÉ" del "CÓMO", el mensaje oculto en las imágenes, podría ser: imitar y llegar a ser como el protagonista, así casi siempre ganaremos en el juego, en las peleas y en el amor.

Hicimos una breve pausa para reflexionar en silencio y continuamos con la relación que habían logrado establecer con el Evangelio. Según el cuestionario que fui consultando, esta vez tampoco lograron establecer relación alguna entre los dos mensajes, a excepción de uno que dijo: Jesús nos pide amarnos y el programa nos dice que no vale la pena pensar en lo demás.

Por lo tanto, a los muchachos también les resulta difícil relacionar el mensaje del Evangelio con lo que ven en el cine y la TV, como consecuencia, parece necesario ayudarles a establecer esa relación para que adquieran una conciencia crítica cristiana.

Tomamos el mensaje central del programa: ser como el protagonista para alcanzar la felicidad, y vimos que chocaba con el espíritu del Evangelio en el que la felicidad se encuentra en la entrega a los demás.

Más concretamente, en el Evangelio encontramos que alcanzarán el verdadero gozo aquellos que compartan su pan y su vestido con el hambriento y el desnudo, aquellos que visitan al enfermo y al que está en la cárcel. La felicidad no se halla en ganar mucho dinero, ni en estar rodeado de mujeres bonitas, sino en ayudar a los demás.

Aquí también nos detuvimos un poco para reflexionar en silencio y seguimos con otra reflexión: este programa además de ser pura ficción nos saca de nuestra realidad y nos va haciendo insensibles al sufrimiento y a la angustia de los demás en especial de los más pobres. De aquí que muy difícilmente nacerán en nosotros deseos de cambiar situaciones de

injusticia social, económica y religiosa.

Para terminar, les pedí que llenaran la encuesta. En la pizarra, como la vez anterior, les deje escrito:

- Nos faltaron varios puntos para analizar con respecto al lenguaje de la imagen.
- Es necesario que de ellos surjan iniciativas para seguir adelante en esta formación a la lectura de la imagen.
- Les agradezco mucho su colaboración.

Me parece importante anotar que esta experiencia me deja más insatisfecho que la anterior, a pesar de tener una ventaja sobre aquélla, pues fue la segunda, porque el tiempo fue demasiado corto, dos sesiones de una hora y media cada una, que con la entrada, salida, interrupciones, etc., se redujeron aún más.

Los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

1. A todos les pareció una experiencia válida porque:

    - Descubrieron el verdadero mensaje (para 12)
    - Los ayudó a ser más críticos (para 6)
    - Los concientizó (para 6)

2. Lo que les gustó:

    - El análisis de la imagen (para 10)
    - Descubrir el verdadero mensaje (para 8)
    - La formación crítica que adquirieron (para 6)

3. Lo que no les gustó:

    - La falta de tiempo (para 22)
    - La ficción del programa (para 1)
    - El sonido no claro (para 1)

4. Sugerencias:

    - Que se disponga de más tiempo (para 9)
    - Que se analice otras películas (para 7)
    - Que se lleve este taller a otros colegios (para 8)

5. Reflexiones

A partir de estas experiencias he considerado importante hacer algunas reflexiones que pueden servir para quienes deseen realizar experiencias similares:

a) El objetivo es descubrir las comunicaciones inadvertidas o el mensaje central oculto de una película o programa de TV y confrontarlo con el Evangelio para ir adquiriendo una conciencia crítica y cristiana.

b) Es indispensable que se realice por etapas, en días seguidos. Requiere un mínimo de 4 sesiones:

b.1) Motivación: 1/2 hora. Aquí se presentan las estadísticas que traen los programas de "Los Hijos de Laura Torres" o bien se escucha algunos de los dos programas (12 minutos cada uno).

b.2) Proyección de la película o programa de TV: 1 y 1/2 horas. La introducción, por tratarse de jóvenes, debe ser breve para no apagar su interés. No debe ser ni un sermón ni una conferencia. Se trata de una introducción con el fin de suscitar el mayor grado de interés posible por el descubrimiento de un mundo completamente nuevo y fascinante. Se llena por primera vez el cuestionario.

b.3) Lectura de la imagen: 1 hora. A partir de las escenas que más los impactaron, se escogen ciertas imágenes para leerlas y analizarlas. Así se llega a las ideas parciales. Se llena nuevamente el mismo cuestionario.

b.4) Descubrimiento del mensaje central oculto y su relación con el Evangelio: 1 hora. Para la relación con el Evangelio se les podría pedir que en grupos de tres, para dialogar mas, relacionaran una cita evangélica, elegida de antemano, con aquel mensaje oculto, con el propósito de que ellos mismos descubrieran las contradicciones o semejanzas.

c) Debe ser en grupos pequeños, para permitir el dialogo, la comunicación interpersonal. Pero además, hay otras razones. Hasta el presente, el proceso de evangelización ha seguido dos métodos:

c.1) En el primero se parte de una doctrina, condensada en dogmas y fórmulas, de unos marcos teóricos elaborados abstractamente y sistematizados de forma totalizadora (cfr., Martínez, p. 53) (49). Este modo ha estado de moda entre teólogos y profesores de religión de formación libresca, que expresan su fe con conceptos y terminologías de generaciones pasadas, de acuerdo a su contexto socio-histórico. Actúan como dueños de la verdad, que tratan de imponer un mensaje a una audiencia. Este método está simbolizado por el catecismo de preguntas y respuestas. El inconveniente está en que a menudo no tocan la cabeza ni el corazón

de la persona contemporánea. Además, la catequesis no es una aproximación intelectual, como pudiera ser una clase de filosofía, historia o geografía.

c.2) En el segundo, opuesto al anterior, contemplado en la encíclica "*Gaudium et Spes*" (*Los gozos y las Esperanzas*) y en los documentos episcopales de Medellín y Puebla, se parte del análisis de la realidad y la experiencia, de donde surge la reflexión teológica y vivencial. Luego se trazan las pistas de acción pastoral, como vida y praxis de fe. Tales pasos no son compartimientos estancos, sino momentos de un mismo movimiento dinámico, en y por el cual la misma realidad y la verdad se develan.

La Iglesia, al evangelizar por los medios masivos, ha ido pasando cada vez más a este segundo método, donde hay un énfasis en la realidad, de donde se parte. Pero esto no basta, porque el peligro de tratar el mensaje del Evangelio como se toca el publicitario, subsiste: el nombre de "*Propaganda Fidei*" no es accidental (cfr., Martínez, p. 54) (50).

Por el contrario, la evangelización trata de transmitir un mensaje personalizante y concientizado, que produzca efectos verdaderamente renovadores en la persona y en la sociedad. Esto difícilmente se logra mediante medios que apelen a lo masivo, porque estos medios son alienantes, en cuanto que disminuyan a la persona, la vuelven domesticada, objeto de la historia.

Ante esta situación se impone la necesidad de la comunicación grupal, porque con sus posibilidades de imagen y sonido, puede acercar la realidad a los miembros del grupo. Ellos la examinarán a través del dialogo grupal y la confrontarán con los criterios evangélicos. De ahí surgirá el cuestionamiento que pueda transformar la vida de los individuos, del grupo como tal, y por medio de él, las estructuras sociales injustas. Se trata de partir de la realidad para volver a ella tratando de convertirla en el Reino de Dios.

Por estas razones es que Babin opina que "*La verdadera vuelta de una religión vigorosa, que penetre en la imaginación no se podrá realizar más que en el interior de grupos pequeños*" (Babin y McLuhan, p. 59) . Es en el grupo, en la música que se escucha, en la meditación y la discusión, en el trabajo o en la acción llevada en común, donde se inicia la personalización de la fe. Paneles, posters, foto lenguaje, diapositivas, video, han demostrado como era posible la palabra en grupos de base. Se trata de hacer hablar, no de hablar. Lo que cuenta es que los sin palabra tomen la palabra. Así, estos pequeños grupos podrían conducirnos a la comunidad y hacia la multiplicación de las comunidades cristianas de base (Babin y McLuhan, p. 132) (51).

En conclusión, el pequeño grupo permite tratar los temas con profundidad y libertad. En él se puede problematizar para suscitar la reflexión comunitaria, la toma de conciencia y la

responsabilidad, que llevan a una organización y acción cristianas, inclusive en el campo socio-político, donde están los impedimentos más fuertes en la construcción del Reino.

d) Los métodos para dirigir la experiencia son varios, pero se pueden simplificar en los siguientes:

d.1) Método autoritario, según el cual hay un plan predefinido de discusión en determinadas preguntas, con sus otras tantas respuestas, con el fin de llegar a una cierta conclusión por los caminos que el dirigente ha elegido, dejando a los jóvenes sin la posibilidad real de poder intervenir.

d.2) Método liberal, aquel que sin claridad y sin voluntad para llegar la meta, deja a los jóvenes desorientados y sin dirección.

d.3) Método equilibrado, aquel que sabiendo aquello que se quiere, es dueño de la situación y con habilidad, fruto de su competencia y comprensión, sabe guiar a los jóvenes por los varios grados de lectura en un intercambio sereno y recíproco de experiencias y valoraciones.

6. Conclusión

Espero que la presente tesis sirva para sacudir la conciencia de los educadores y en especial la de los educadores de la fe, con el propósito de que lleguen a comprender el poder de masificar y muchas veces alienante del cine y de los programas de TV.

De las experiencias realizadas queda bien clara la necesidad de educar a la lectura de la imagen ya desde la escuela elemental, dentro de un amplio programa de edu-comunicación. Desde la escuela elemental porque los niños se encuentran mucho menos condicionados que los jóvenes de secundaria.

De esta manera se podrá ayudar a los niños y a los jóvenes a liberarse de la presión que ejerce un medio de comunicación social como es el cine y la TV. Descubriendo la ideología que subyace a los programas, podrán alcanzar un margen más amplio de libertad, a la que todos estamos llamados.

La Catequesis no puede dejar de considerar este influjo del cine y la TV en la mentalidad de los niños y jóvenes. Debe ingeniarse para incluir en sus encuentros, nociones y ejercicios de lectura de la imagen. Es una tarea doble: educar a la imagen y con la imagen. Es pues, un desafío para el catequista, porque le exige una formación previa y porque le pide recorrer un camino nuevo.

El último deseo es que este pequeño aporte sirva especialmente para quienes alientan la idea de una catequesis que realmente responda y las necesidades de los niños y jóvenes de estos días.

7. Apéndice: Redes sociales, IA y …

La influencia de los medios de comunicación en los valores y principios siempre ha sido una preocupación, y con el auge de los motores de búsqueda, las redes sociales y la inteligencia artificial (IA), este impacto se ha vuelto aún más profundo.

Mientras que la televisión y el cine moldeaban percepciones a través de un conjunto limitado de narrativas, las tecnologías digitales actuales amplifican y personalizan esas influencias, a menudo de maneras menos visibles y más difíciles de discernir.

7.1. Posibles daños a los valores y principios:

7.1.1. Cámaras de eco y polarización

Las plataformas de redes sociales utilizan algoritmos impulsados por IA para mostrar a los usuarios contenidos que refuerzan sus creencias existentes. Esto crea cámaras de eco donde las personas tienen menos exposición a perspectivas diversas, lo que refuerza prejuicios y dificulta el pensamiento crítico.

7.1.2. Desinformación y manipulación

A diferencia de los medios tradicionales, que contaban con cierta supervisión editorial, los motores de búsqueda y las redes sociales pueden propagar información no verificada o engañosa. Los bots impulsados por IA y la tecnología de *deepfake* pueden fabricar narrativas falsas pero realistas, distorsionando valores históricos y morales.

7.1.3. Relativismo moral y dilución de valores

La gran cantidad de información contradictoria en línea puede generar ambigüedad moral. Las personas pueden tener dificultades para determinar qué es ético o verdadero, ya que la IA y los influencers pueden promover valores cambiantes o incluso contradictorios.

7.1.4. Pérdida de habilidades de pensamiento crítico

El acceso instantáneo a la información a través de los motores de búsqueda puede reducir la necesidad de reflexión profunda y análisis crítico. Cuando la IA proporciona respuestas sin contexto, los usuarios pueden aceptar la información sin cuestionarla o verificar sus fuentes.

7.1.5. Erosión de la privacidad e insensibilización ética

Las nuevas generaciones están creciendo en una era donde los datos personales son recopilados constantemente para publicidad y vigilancia. La normalización de esta invasión de la privacidad podría erosionar preocupaciones éticas tradicionales sobre los derechos individuales y la seguridad.

7.1.6. Compromiso superficial con temas morales

El activismo en redes sociales a menudo reduce problemas complejos a simples *hashtags* y tendencias virales. Esto puede generar una moralidad de cumplimiento, donde la participación está motivada más por la presión social que por una comprensión profunda o un compromiso genuino.

7.1.7. Sesgo en la IA e influencia algorítmica

Los modelos de IA aprenden a partir de datos que pueden contener sesgos, reforzando estereotipos y prejuicios sociales. Esto puede remodelar sutilmente la percepción de los jóvenes sobre la raza, el género, la ética y la justicia sin que sean conscientes de la influencia.

7.2. El Cambio en la influencia

Antes de Internet, la influencia de los medios era más centralizada y predecible. Hoy en día, la IA, los motores de búsqueda y las redes sociales crean una realidad fragmentada y altamente personalizada, lo que dificulta que instituciones como la familia y la escuela proporcionen una base estable de valores.

7.3. ¿Se puede contrarrestar esto?

Sí, pero requiere:

7.3.1. Educación en alfabetización mediática para ayudar a los jóvenes a analizar y cuestionar la información que consumen.

7.3.2. Orientación parental y educativa para fomentar discusiones sobre valores en lugar de depender de la tecnología para la formación moral.

7.3.3. Desarrollo de IA ética para garantizar que los algoritmos prioricen perspectivas diversas y la precisión de los hechos.

7.3.4. Fomento de interacciones en el mundo real para equilibrar las experiencias digitales con conexiones humanas genuinas.

El desafío actual no es solo controlar la exposición, como ocurría con la televisión, sino enseñar resiliencia, discernimiento y pensamiento independiente en un mundo dominado por contenido impulsado por IA y la personalización extrema.

8. Índice de notas

(1) Pierre Babin y Marshall McLuhan. Otro hombre, otro cristiano en la era electrónica. Barcelona, Ed., Don Bosco, 1980. https://books.google.com/books/about/Otro_hombre_otro_cristiano_en_la_era_ele.html?id=2ZUoAAAACAAJ

(2) Francois Coudreau. ¿Es posible enseñar la fe? Reflexiones y orientaciones para una pedagogía de la fe Madrid, Ed. Narova S.L., 1976. https://www.librarycat.org/lib/AlcuinodeYork/item/131837160

(3) W. Schram, J. Lyle y E. Parker. Televisión para los niños. Análisis sobre los efectos de la TV. Barcelona, Ed. Hispano Europea, 1965. https://www.casadellibro.com/libro-television-para-los-ninos----analisis--sobre-los-efectos-de-la-television--/mkt0003046311/4285993

(4) Albert Sicker. El cine en la vida psíquica del niño. Buenos Aires, Ed. Kapelusz, 1960. http://catalogo.bibliotecas.gob.ar/pergamo/opac/cgi-bin/pgopac.cgi?VDOC=1.109001

(5) Pio Baldelli. Comunicación audiovisual y educación. Caracas, Ed. Biblioteca de la U. Central de Venezuela, 1970. https://www.researchgate.net/publication/44723429_Comunicacion_audiovisual_y_educacion_Pio_Baldelli

(6) José Martínez. “Importancia de la comunicación grupal para la evangelización”. Encuentro de Jesuitas sobre Comunicación Grupal. Sin ref.

(7) María Pía Giudici. “Lenguaje televisivo y Catequesis de Liberación. Indicaciones para grupos de oyentes”, Comunicación Social, su Lenguaje y la Catequesis. Hacia una Catequesis Crítico-Creativa. Medellín, Ed. Paulinas, 1972.

(8) Lluís Busquets. Para leer la Imagen. Madrid, Publicaciones ICCE,1977. https://www.amazon.com/Para-leer-imagen-Mass-media-educacion/dp/8472780376

(9) Nazareno Taddei. Panorama metodologico di educazione all' immagine e con l’immagine. Poma, CISCS, 1973. https://books.google.com/books/about/Panorama_metodologico_di_educazione_all.html?id=xPuTMwEACAAJ

(10) Harvey Cox. “I mass-media: una nuova religione?” Note di Pastorale Giovanile, aprile, 1977. http://www.notedipastoralegiovanile.it/index.php?option=com_content&view=article&id=11873:i-mass-media-una-nuova-religione&catid=332:npg-annata-1977&Itemid=207

(11) Teresio Bosco. “I segreti della pubblicitá” Mondo Erre. Torino, LDC, maggio, 1977.

(12) Gianfranco Cavallon. TV I Ragazzi la Catechesi. Vicenza, 1980

(13) Bulletin de la Focs, 193, rue de l’Université, Paris, enero, 1975.

(14) J. Lyons. Non-Verbal Communication. Cambridge University Press, 1972. http://www.cambridge.org/catalogue/catalogue.asp?isbn=9780521083706

(15) Jon Baggaley y Steve Duck. Análisis del mensaje Televisivo. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., 1979.

(16) D. Canter, S. West y R. Wools. “Judgements of People and their Rooms “citado en Baggely y Duck, op. cit. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2044-8260.1974.tb00097.x/full

(17) Jon Baggaley y Steve Duck, op. cit.

(18) J. Potter. ITV, “Critics and Viewers”. Independent Broadcasting, Vol, IV, 1975.

(19) Lluís Busquets, op. cit.

(20) Lluís Busquets, op. cit.

(21) Emilio Del Rio. El Mundo del Cine. Salamanca, Ed. Instituto Pontificio San Pio X, 1976. https://www.casadellibro.com/libro-el-mundo-del-cine/mkt0003621858/5022805

(22) Jon Baggaley y Steve Duck, op. cit.

(23) Bruner y Postman. Tension and Tension Release as Organizing Factors in Perception. Citado por Jon Baggaley y Steve Duck, op. cit. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6494.1947.tb01070.x/full

(24) José Martínez. “La imagen, análisis de la imagen”. Medios Grupales y Evangelización. Esquemas sobre el uso, técnicas, información General. Caracas, Centro de Comunicación Social “Jesús María Pellín”.

(25) Bruno Ferrero y Pino Giordano. “Televisione. L’incantatrice di famiglia” Mondo Erre, Torino, LDC., gennaio, 1979.

(26) Gianfranco Cavallón, op. cit.

(27) Lluís Busquets, op. cit.

(28) Pierre Babin y Marshall McLuhan, op. cit.

(29) Vance Packard. Las formas ocultas de la propaganda. Buenos Aires, Ed. Sudamericana, S.A., 1966. http://puertolibros.com/detalle_libro.php?libro=509142. Título del original en inglés: The hidden persuaders.

(30) P.F. Secord y C.W. Backman. Psicología Social. México, Ed. Mc Graw Hill Latinoamericana, 1977. https://www.researchgate.net/publication/31728029_Psicologia_social_PF_Secord_CW_Backman_tr_por_Gerardo_Marin

(31) Lluís Busquets, op. cit.

(32) José Martínez. “Importancia de la comunicación grupal para la Evangelización”, op. cit.

(33) III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Puebla. La Evangelización en el presente y el futuro de América Latina. Quito, Ed. Fraga, 1979. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiVrJf4jIDVAhUERyYKHbLAB9wQFggxMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.celam.org%2Fdoc_conferencias%2FDocumento_Conclusivo_Puebla.pdf&usg=AFQjCNHqpTLjbmV6SazAb40tSx5BZ892EQ

(34) Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona. Comunicación Dominada: Estados Unidos en los Medios de América Latina. México, instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Editorial Nueva Imagen, 1980. https://books.google.com/books/about/Comunicación_Dominada.html?id=yyUIAQAAIAAJ

(35) Equipo Coordinador de Teólogos-Educadores. Comunicarse es Educar. Bogotá, Indo American Press Service, 1977.

(36) Jon Baggaley y Esteve Duck, op. cit.

(37) Nelda Cajigas. Mass Media et École en Amérique Latine. A Propos d’une Intervention Paychopedagogique en Equateur, 1979. http://www.sudoc.abes.fr/xslt/DB=2.1//SRCH?IKT=12&TRM=006255574

(38) Eduardo Gil de Muro. “Televisión. Psicología y Sociología del Medio” Medios de Comunicación. Curso por correspondencia #14. Madrid, Ed. Paulinas, 1974. https://books.google.com/books/about/Televisión.html?id=zwAyMQAACAAJ

(39) María Pía Guidici. op. cit.

(40) B. Bartolini y R. Tonelli. “Pubbliforum: un itinerario per gruppi”. Note di Pastorale Giovanile, aprile, 1977.

(41) O. Brugnoli. “Educare alla TV”. TV I Ragazzi La Catequesi, Vincenza., 1980.

(42) Lluis Busquets, op. cit.

(43) Frank Gerace. Comunicación horizontal. Cambios de estructuras y Movilización Social. Lima, Studium, S.A., 1971. https://books.google.com/books/about/Comunicación_horizontal.html?id=4YHhGAAACAAJ

(44) Bruno Ferrero y Pidi Giordano, op. cit.

(45) Pidi Giordano. “Cinema e Patorale por una Dinámica Cristiana dell’Esperienza Cinematográfica del Ragazzi”. Note di Pastorale Giovanile, aprile, 1976. http://notedipastoralegiovanile.it/index.php?option=com_content&view=article&id=11434:cinema-e-pastorale-per-una-dinamica-cristiana-dellesperienza-cinematografica&catid=333:npg-annata-1976&Itemid=207

(46) Sirkka Hinkkinen. A General Curricular Model for Mas Media Education. Unesco Contracts. Madrid Edl ESCO, 1978.

(47) Nazareno Taddei, op. cit.

(48) UIIDA—AL. Comunicación Estudios y Documentos #3. Bogotá, Arte-Publicaciones, marzo, 1981.

(49) José Martínez. “Importancia de la comunicación grupal para la Evangelización”, op. cit.

(50) Ibid.

(51) Pierre Babin y Marshall McLuhan, op. cit.

9. Bibliografía

1. Aguirre, Jesús María. “Cine foro y tele foro”. Medios Grupales y Evangelización. Esquemas sobre su uso, técnicas, información general. Comunicación de Base 5. Caracas, Centro de Comunicación Social “Jesús María Pellín”.
2. Babin, Pierre y McLuhan, Marshall. Otro hombre, Otro cristiano en la era Electrónica. Barcelona, Ed., Don Bosco, 1930.
3. Baggaley, Jon y Duck, Steve., Análisis del mensaje televisivo. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., 1979.
4. Baldelli, Pio. Comunicación Audiovisual y Educación. Caracas, Ed. Biblio teca de la U. Central de Venezuela 1970.
5. Bartolini, B. y Tonelli, R.” Pubbliforum: un ininerario per gruppi”. Note di Pastorale Giovanile, Torino, L.D.C., aprile 1977.
6. Beltrán, Luis Ramiro y Fox de Cardona, Elizabeth. Comunicación Dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina. México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Editorial Nueva Imagen, 1980.
7. Blázquez Carmona, Feliciano. Cine, Radios, Televisión y Prensa. A la luz del Decreto Conciliar. Madrid, Ed., El Perpetuo Socorro, 1965.
8. Bongioanni, Marco. Come Guidare il Dibattito Cinematográfico, Tormo, L.D.C., 1961.
9. Bosco, Teresio. 1 Segreti della Pubblicita. Mondo Erre. Tormo, L.E.C., maggio 1977.
10. Brugnoli, O. “Educare a la TV”. TV I Ragazzi la Catechesi, Vicenza, 1980.
11. Busquets, Lluís. Para leer la imagen. Madrid, Publicaciones ICCE,1977.
12. Cajigas, Nelda. Mass-median et Ecole en Amerique Latine A Propos d’une Intervention Psychopedagogique en Equateur, 1979.
13. Cavallon, Gianfranco. TV I Ragazzi la Catechesi. Vicenza, 1080.
14. Costa, Joan. La Imagen y el impacto psico-visual. Barcelona, Editorial Zeus, 1971.
15. Coudreau, Francois. ¿Es posible enseñar la Fe? Reflexiones y Orientaciones para una pedagogía de la Fe. Madrid Ed. Karova, S.L.1976
16. Cox, Harvey. “I mass—media: ¿una nuova religione?” Note di Pastorale Giovanile. Torino, L.D.C.., maggio 1977.
17. De Castro Teixeira, Nereu. Pastoral de le. Comunicación Social. Bogotá, Ed. Paulinas, 1978.

18. Decos—Celam. Evangelización y Comunicación Social en América Latina. Problemas y Perspectivas actuales. Bogotá, Ed. Paulinas, 1979.

19. Delegazione Dioc—Acec. La Comunicación Sociale e la comunità Locale.Manuale per gli operatori pastorali e per i gruppi promozionali. Vicenza ,1975

20. Del Río, Emilio. El mundo del cine. Salamanca, Ed. Instituto Pontificio San Pío X, 1976.

21. Di Libero, Gigi. II Cinema-. Educazione al linguaggio dell'immagine Torino, L.D.C., 1977.

22. Documentos del Vaticano II. Constituciones, decretos, declaraciones. Madrid, B.A.C., 1975.

23. Equipo coordinador de Teólogos—Educadores. Comunicarse es educar. Bogotá, Indo American Press-Service, 1977.

24. Ferrero, Bruno y Giordano, Pidi. "Televisione. L' incantatrice di famiglia." Mondo Erre, Tormo, L.D.C., gennaio 1979.

25. Gerace, Frank. Comunicación Horizontal. Cambios de estructuras y movilización social. Lima, Studium, S.A., 1971.

26. Gil de Kuro, Eduardo. "Televisión. Psicología y Sociología del medio" Medios de comunicación. Curso por correspondencia #14. Madrid, Ed. Paulinas, 1974.

27. Giordano Pidi. "Cinema e Pastorale por una dinámica cristiana Dell" experiencia cinematográfica del ragazzi" Note di Pastorale Giovanile, Torino, L.D.C., 1976.

28. Giudici, María Pía. "Lenguaje, televisivo y catequesis de liberación. Indicaciones para grupos de oyentes" Comunicación Social, su lenguaje y la Catequesis. hacia una Catequesis crítico-creativa. Medellín, Ed. Paulinas, 1972.

29. Giudici, María Pía "La comunicazione pubblicitaria" Note de Pastorale. Giovanile, Torino, L.D.C., aprile 1977.

30. Instrucción Pastoral Comunión y Progresó. Actas y documentos Pontificios. Pontificia Comisión para los medios de Comunicación Social. Bogotá, Ed. Paulinas, 1972.

31. Kientz, Albert. Para analizar los mass—media. Valencia, Ed. Fernando Torres, 1974.

32. Marins, José y Equipo. Dinámicas: Comunión y Liberación. Quito, Don Bosco, 1980.

33. Martínez José. "Importancia de la comunicación grupal para la Evangelización". Encuentro de Jesuitas sobre Comunicación Grupal. Sin ref.

34. Martínez, José. "La imagen, análisis de la imagen". Medios grupales y Evangelización. Esquemas sobre su uso, técnicas, información general. Comunicación de Base 5. Caracas, Centro de Comunicación Social "Jesús María Pellín".

35. Minkkinen, Sirkka. A General Curricular Model formas media Education. Unesco Contracts. Madrid, Ed. Esco, 1978.

36. Packard, Vanee. Las formas ocultas de la propaganda. Buenos Aires, Ed. Sudamericana, S.A., 1966.

37. Peters, Jean Karie. Leggere l'inmagine. Fotografía Film Televisione. Torino, L.D.C., 1973.

38. Puebla. III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. La Evangelización en el presente y en el futuro de América latina. Quito, Ed. Fraga, 1979.

39. Romeu Dale, Frei. Igreja e Comunicacao Social. Sao Paulo, Ed. Paulinas, 1973.

40. Schenkel, Peter y Ordoñez, Marco. Comunicación y Cambio Social. Quito, ILDIS-CIESPAL, 1975.

41. Schram, W., Lyle, J. y Parker, E. Televisión para los niños. Análisis sobre los efectos de la TV. Barcelona, Ed. Hispano-Europea, 1965.

42. Secord, P.F. y Backman C.W. Psicología Social. México, D.F.., Ed. Le Graw-Hill Latinoamericana, 1977.

43. Sicker, Albert. El cine en la vida psíquica del niño. Buenos Aires, Ed. Kapelusz, 1960.

44. Taddei Nazareno. Panorama Metodológico di educazione e con l'immagine. Roma, CISCS, 1973.

45. Taddei, Nazareno. L'altenativa de la lectura. Sussidio mensile di educazione all'immagine e con 1' imagine per educatori docenti e persone di cultura. Poma, Ed. CISCS, luglio-ottobre, 173.

46. Taddei, Nazareno. El linguaggio della fotografía I, II y III. Torino, L.D.C., 1978.

47. Taddei, Nazareno. Il dibattito cinematográfico. Dalla dispensa dello stesso autore: Dibattito cinematográfico. Metodología e pastorale. Roma, Centro dello spettacolo della comunicazione sáciale.

48. Thibault—Laulan, Anne-Marie. El lenguaje de la imagen. Madrid, Ed. Karova, 1973.

49. Unda—Al. Comunicación. Estudios y Documentos #3. Bogotá, Arte—Publicaciones, marzo 1981.

50. Varios. La Iglesia y los mase-media. Bogotá, Ed. Paulinas 1971.

51. Varios. Análisis de las imágenes. Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo S.A., 1972.

52. Vidal, Marciano. Moral de actitudes III. Moral Social. Madrid, Ed. P.S., 1979.

53. Volpicelli, Luigi. La televisión y los Jóvenes. Buenos Aires Ed. Ángel Estrada y Cía. S.A.19'O.

54. Zecchetto, Víctor. Educación Catequesis Audiovisuales. Bogotá, Ed. Paulinas, 1976.